

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра экономики и управления бизнес-процессами

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Г.Ф.Каячев
« _____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 «Менеджмент»

Разработка проекта по созданию туристического комплекса (на примере отдела развития туризма министерства культуры Красноярского края)

Руководитель	_____	доцент, канд. ист. наук	И.А. Цветочкина
Выпускник	_____		В.А. Мелехова
Нормоконтролер	_____		Л.В. Хисамутдинова

Красноярск 2016

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра экономики и управления бизнес-процессами

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Г.Ф.Каячев
« _____ » _____ 2016 г.

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы**

Студенту Мелеховой Веронике Андреевне

Группа ЭА12-21 Направление (специальность) 38.03.02 «Менеджмент»

Тема выпускной квалификационной работы «Разработка проекта по созданию туристического комплекса на примере отдела развития туризма министерства культуры Красноярского края»

Утверждена приказом по университету № 3037/С от 19.03.2016

Руководитель ВКР И.А. Цветочкина доцент, канд. ист. наук, СФУ ИУБПЭ
кафедра «ЭУБП»

Исходные данные для ВКР

Государственная программа Красноярского края «Развитие культуры и туризма»
(с изменениями на 22.12.2015)

Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»

Перечень разделов ВКР

- 1) Исследование рынка туристических услуг
- 2) Анализ деятельности отдела развития туризма министерства культуры Красноярского края
- 3) Экономическая оценка проекта по созданию туристического комплекса и разработка мероприятий по его дальнейшей реализации

Перечень графического материала

1) Разработка проекта по созданию туристического комплекса (на примере отдела развития туризма министерства культуры Красноярского края)

- 2) Актуальность, предмет, объект работы
- 3) Задачи ВКР
- 4) Анализ рынка туристических услуг
- 5) Исследования потребительского спроса
- 6) Исследования потребительского спроса (продолжение)
- 7) Анализ деятельности отдела развития туризма министерства культуры

Красноярского края

- 8) Разработка проекта
- 9) Оценка эффективности проекта
- 10) Анализ рисков
- 11) Дерево целей
- 12) Дерево работ и стоимости
- 13) Календарно-сетевой график подготовительного этапа и СМР
- 14) Календарно-сетевой график подготовительного этапа и СМР (продолжение)
- 15) Ценность проекта

Руководитель ВКР

_____ И.А. Цветочкина

Задание принял к исполнению

_____ В.А. Мелехова

« ____ » _____ 20__ г.

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Разработка проекта по созданию туристического комплекса (на примере отдела развития туризма министерства культуры Красноярского края)» содержит 103 страницы текстового документа, 24 таблицы, 16 рисунков, 4 приложения, 71 использованных источника, 15 листов графического материала.

ТУРИЗМ, ТУРИСТСКАЯ ОТРАСЛЬ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС, РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА, РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА, ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА.

Цель работы: разработка проекта по созданию туристического комплекса.

Задачи работы:

- провести анализ современного состояния туристической отрасли;
- проанализировать российский и зарубежный опыт развития туризма;
- рассмотреть методические подходы к развитию сферы туризма и выбрать инструментарий исследования;
- проанализировать деятельность министерства культуры Красноярского края;
- разработать проект по созданию туристического комплекса;
- выполнить экономическую оценку проекта;
- разработать мероприятия по управлению проектом.

Объектом исследования является проект создания туристического комплекса, предметом – совокупность принципов, методов и мероприятий по управлению проектом.

Актуальность данной работы обусловлена интересом общества к активному проведению отдыха, что является предпосылкой формированию спроса на туристические услуги, Красноярский край обладает высоким туристским потенциалом, но имеющиеся возможности используются в небольшом объеме, туристическая отрасль нуждается в развитии.

В связи с чем, разработка проекта по созданию туристического комплекса, предполагающего предоставление хорошо организованного активного отдыха на природе с предоставлением различного рода услуг, позволит использовать туристический потенциал края, благоприятно влияя на экономику. У населения и гостей края появится одна из альтернатив доступного отдыха.

Работа содержит в себе исследования рынка и предпочтений потребительского спроса в туристской сфере, позволяющие более точно сформировать продукт комплекса. По итогу работы были разработаны мероприятия, направленные на создание туристического комплекса, определены ресурсные потребности на его возведения, источник финансирования, спрогнозированы эффекты работы комплекса и рассчитана эффективность данного проекта.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Исследование рынка туристических услуг.....	6
1.1 Характеристика современного состояния туристической отрасли.....	6
1.2 Анализ российского и зарубежного опыта развития туризма.....	17
1.3 Методические подходы к развитию сферы туризма	
Выбор инструментария.....	24
2 Анализ деятельности отдела развития туризма министерство культуры Красноярского края.....	27
2.1 Организационная характеристика	27
2.2 Финансово-экономическая характеристика организации.....	30
2.3 Анализ туристических услуг организации.....	33
3 Экономическая оценка проекта по созданию туристического комплекса и разработка мероприятий по его дальнейшей реализации.....	41
3.1 Разработка проекта по созданию туристического комплекса.....	41
3.1.1 Инициация и разработка концепции проекта.....	41
3.1.2 Жизненный цикл, участники, устав проекта.....	43
3.2 Экономическая оценка проекта.....	48
3.2.1 Коммерческий и технический анализ проекта.....	48
3.2.2 Финансовый и экономический анализ проекта	56
3.2.2.1 Оценка финансовой реализуемости проекта.....	56
3.2.2.2 Оценка эффективности проекта.....	59
3.2.3 Оценка рисков проекта.....	66
3.3 Планирование проекта.....	67
3.3.1 Структуризация проекта.....	67
3.3.2 Разработка и расчет плана проекта.....	76
3.3.3 Формирование опорного плана проекта.....	79
Заключение.....	87
Список сокращений.....	90
Список использованных источников.....	91
Приложения А-Г.....	96

ВВЕДЕНИЕ

Роль туризма в современном мире приобретает все большую значимость, что определяется широким спектром направлений его влияния на социально-экономическую сферу. Туризм рассматривается как источник финансовых доходов бюджетов, средство повышения занятости и качества жизни населения, способ поддержания здоровья граждан, основа для развития социокультурной среды и воспитания патриотизма. Индустрию туризма следует считать комплексобразующей отраслью, основанной на интегрированном использовании всего экономического, культурного и природного потенциала территории. Туристическая деятельность способна оказывать влияние на разные сферы экономики: транспорт, связь, торговля, производство сувенирной и иной продукции, питание, сельское хозяйство, строительство и другие отрасли. ЮНЕСКО признает туризм одним из главных факторов культурного и гуманитарного развития, способствующего сохранению мира и сближению народов путем ведения «диалога между культурами».

Туристская отрасль Красноярского края в настоящее время находится на стадии своего интенсивного развития, туризм позиционируется как одно из приоритетных направлений развития региона, следовательно, соответствующие органы управления проводят активную политику развития данной сферы и решения ее отраслевых проблем. Для чего используется такой инструмент развития, как государственно-частное партнерство, предполагающее взаимодействие управляющих структур отрасли и ее хозяйствующих субъектов, предполагающее объединение ресурсов и действий для эффективного решения общественно значимых задач и разделение ответственности за результат. Практика такого взаимодействия происходит по приоритетным направлениям развития туризма для региона уже принесла первые результаты для туристской отрасли края.

Таким образом, основываясь на возможности государственной поддержки в лице министерства культуры Красноярского края, разрабатывается проект по созданию туристического комплекса.

Актуальность работы над данным проектом и рассмотрения его в рамках ВКР обуславливается следующими факторами:

- в обществе наблюдается тенденция к активному проведению отдыха, что является предпосылкой формированию спроса на туристические услуги;
- Красноярский край обладает высоким туристским потенциалом, но имеющиеся возможности используются в небольшом объеме, туристическая отрасль нуждается в развитии.

В связи с чем, разработка проекта по созданию туристического комплекса, предполагающего предоставление хорошо организованного активного отдыха на природе с предоставлением различного рода услуг, позволит использовать туристический потенциал края, благоприятно влияя на экономику. У населения и гостей края появится одна из альтернатив доступного отдыха.

Объектом исследования является проект создания туристического комплекса.

Предмет – совокупность принципов, методов и мероприятий по управлению проектом.

Цель работы: разработка проекта по созданию туристического комплекса.

К достижению цели приведет пошаговое выполнение задач:

- провести анализ современного состояния туристической отрасли;
- проанализировать российский и зарубежный опыт развития туризма;
- рассмотреть методические подходы к развитию сферы туризма и выбрать инструментарий исследования;
- проанализировать деятельность министерства культуры Красноярского края;
- разработать проект по созданию туристического комплекса;
- выполнить экономическую оценку проекта;
- разработать мероприятия по управлению проектом.

Выполнение задач, связанных непосредственно с разработкой проекта основывается на методических рекомендациях, заключенных в своде знаний по управлению проектами (A Guide to the Project Management Body of Knowledge – руководство PMBOK), который представляет собой совокупность профессиональных знаний по управлению проектами, признанных в качестве стандарта. Также в работе применяются инструменты маркетинговых исследований.

Итогом работы должен стать проект, содержащий аналитическую, исследовательскую часть и, непосредственно, разработку проекта.

1 Анализ рынка туристических услуг

1.1 Характеристика современного состояния рынка туристических услуг

Целью данного раздела является формирование четкого представления о состоянии туристической сферы на мировом, российском и региональном уровне для понимания существующих тенденций, проблем и перспектив отрасли. Сведения о разных уровнях необходимы для видения цельной картины туристического рынка, на которую стоит ориентироваться при создании новых элементов рынка.

Рассмотрим ситуацию, которая сложилась в настоящее время в мировом туризме, а именно: тенденции, новшества, показатели наиболее привлекательных территорий.

С учётом внутреннего туризма, почти половина населения земного шара ежегодно становится туристами. Туризм занимает значительное место и в международных отношениях: из 7 млрд. человек на планете ежегодно около 1 млрд. ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях. Прогнозы обещают рост числа туристов до 1,56 млрд. чел. К 2020г., из которых 1,18 млрд. чел. будут путешествовать в пределах своих регионов, и только 377 млн. чел. будут совершать дальние путешествия в другие регионы мира [1].

Аналитической группой Всемирного экономического форума был составлен рейтинг стран по индексу конкурентоспособности сектора путешествий и туризма. Исследования проводятся раз в два года и охватывают 141 страну. Десятка мировых лидеров представлена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Рейтинг стран по индексу конкурентоспособности туризма

Рейтинг	Страна	Индекс
1	Испания	5.3
2	Франция	5.2
3	Германия	5.2
4	США	5.1
5	Великобритания	5.1
6	Швейцария	5.0
7	Австралия	5.0
8	Италия	5.0
9	Япония	4.9
10	Канада	4.9

В прошлом периоде десятка лидеров, за небольшими исключениями, включает те же страны. Российская Федерация имеет в данной сфере индекс конкурентоспособности, равный 4,1 и занимает 45 место. За два года удалось подняться на 18 позиций. Из факторов конкурентоспособности, по которым в отчёте оцениваются страны, сильными сторонами России являются богатые природные и культурные ресурсы, а также инфраструктура воздушного

транспорта и телекоммуникационная инфраструктура. При этом туристические предложения в России становятся значительно более конкурентоспособными по цене благодаря значительному снижению курса рубля. В свою очередь, значительное негативное влияние оказывает качество инфраструктуры наземного и водного транспорта, неблагоприятный деловой климат и все ещё низкий уровень международной открытости, в частности в области визовых требований для туристов из других стран. Среду регулирования сектора путешествий и туризма в России эксперты охарактеризовали как в целом неблагоприятную [1].

Учитывая показатели данного исследования, стоит проанализировать, за счет чего страны-лидеры добились своих преимуществ и направить усилия на устранение указанных недостатков для сектора туризма нашей страны.

Туризм – динамичная отрасль экономики, где предпочтения потребителя весьма изменчивы, поэтому необходимо постоянно быть в курсе тенденций.

1) Популярными становятся Peer-to-peer trips – совместные путешествия.

Туристы объединяются в большие компании (семьи, друзья и родственники) от 8 до 20 человек и предпочитают размещение в частном секторе в целях экономии и ощутить аутентичность дестинации. Peer-to-peer dining подразумевает погружение в домашнюю атмосферу, знакомство с национальной кухней, мастер-классы по кулинарии, гастрономические туры.

2) Использование высоко технологичных продуктов для планирования и управления поездкой.

3) Бальная система оценки пожеланий относительно получаемой услуги, которая позволяет потребителю выразить свои ожидания, а производителю – надлежащим образом преподнести услугу.

4) 40% туристов предпочитают «зеленые отели» - экологичные средства размещения.

5) Наиболее востребованные виды туризма: культурно-познавательный, тематический или специализированный (научный, учебный, спортивный, событийный, лечебно-оздоровительный и др.); отдых в экологически чистой сельской местности с погружением в местный быт (сельский туризм).

6) Сокращение времени, которое люди смогут выделять на отдых и путешествия, повышенным спросом будет пользоваться туристский продукт, предусматривающий максимум удовольствий и впечатлений за минимум времени.

7) Растет востребованность бюджетного отдыха [2].

8) Отдых по системе «все включено», который не влечет за собой общения туристов с местным населением и культурой принимающей страны, и вместе с тем не теряет свою популярность среди туристов.

9) Индивидуализация спроса

10) В перспективном будущем появится тенденция путешествий в самые отдаленные, малоизвестные и недоступные человеку места [3].

Обобщая все новые веяния туристского спроса, можно заключить, что на данный момент и в ближайшем будущем закрепляется тенденция к

экологичному отдыху, его экзотичности и необычности. Турист стремится не просто познакомиться с культурой и достопримечательностями территории, но и окунуться в местный быт, быть участником происходящего, погрузиться в дружескую атмосферу с принимающей стороной. Важную роль играет доступное, удобное и максимально содержательное информационное обеспечение о туристическом продукте и его индивидуализация под пожелания конкретного клиента. Главной ценностью туристического продукта становится духовное обогащение и рост.

Перейдем к ситуации на Российском рынке туризма.

В рейтинге конкурентоспособности сектора путешествий и туризма Россия на 63 месте из 140 рассматриваемых стран мира, хотя по потенциалу своих природных туристских ресурсов занимает пятое место, а по объектам культурного наследия – девятое. Вместе с тем, эксперты Всемирной туристской организации при ООН полагают, что к 2020 году Россия способна оказаться в десятке наиболее посещаемых стран мира, с объёмом туристского потока в 40 млн. посещений. Специалисты Всемирного Совета по Туризму и Путешествиям отмечают, что в настоящее время по объёму вклада туризма в ВВП Россия находится на 137 месте, из 184 рассматриваемых стран, получая 2% ВВП от туризма, тем не менее, те же эксперты полагают, что к 2023 году Россия выйдет по данному показателю на 78 место [4].

Составим характеристику въездного туризма. Ежегодно, на протяжении последних пяти лет, в нашу страну пребывает свыше 20 млн. иностранных граждан, из них с туристическими целями – более 2 млн. В соответствии с данными Ростуризма, проведем трендовый анализ спроса иностранных туристов на отдых в России, результаты в таблице 1.2 [4].

Таблица 1.2 – Численность иностранных туристов в России

	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Численность, млн. чел.	2 133 869	2 335 977	2 570 469	2 664 782	2 583 079	2 875 257
Изменение относительно предшествующего периода, %		9	10	4	-3	13

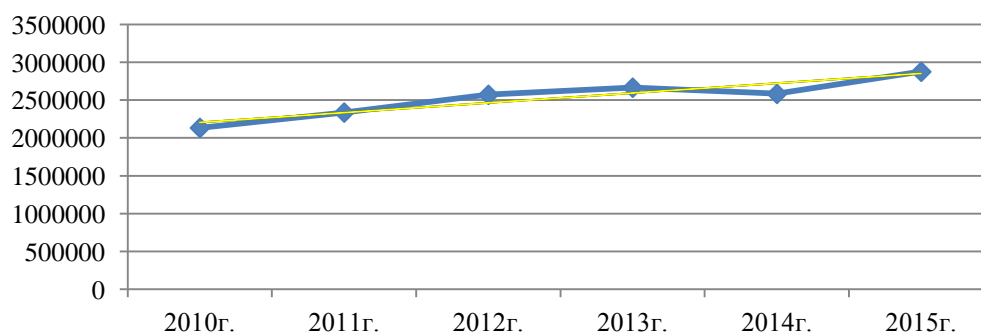


Рисунок 1.1 – Динамика численности иностранных туристов в России

Данные рисунка дает нам понять о положительной динамике спроса на отдых в России зарубежных туристов, исключением является лишь 2014г., когда политическая ситуация в мире приобрела напряженный характер, но не смотря на это к 2015г. ситуация выровнялась и турпоток увеличился.

Федеральное агентство по туризму, выявило страны, лидирующие по количеству прибытий в Российскую Федерацию с туристическими целями, обратимся к рисунку 1.2 [5].

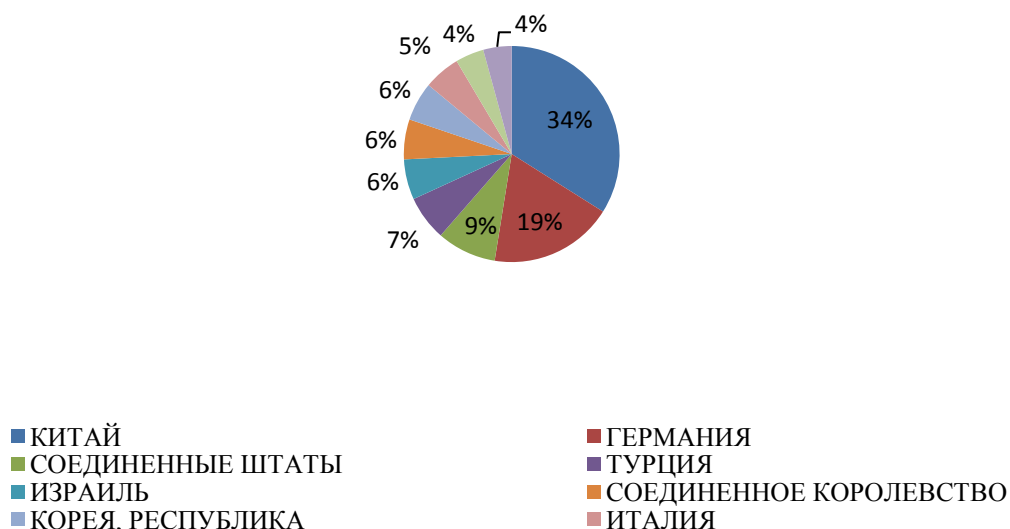


Рисунок 1.2 – Страны, лидирующие по количеству прибытий в Российскую Федерацию

Формируя предложение туристического продукта, ориентированного на иностранного потребителя, следует ориентироваться на имеющийся спрос туристов конкретных государств. При этом следует учитывать, что, по сравнению с предыдущим периодом, среди турецких, украинских, американских и итальянских туристов спрос имеет отрицательную тенденцию, что весьма объяснимо политической обстановкой. А у туристов других представленных государств интерес к отдыху в России возрос в несколько раз, например, среди китайцев спрос увеличился на 80,7%, у англичан на 64,7%, у израильтян на 65%, у немцев на 35,4%.

В числе самых привлекательных мест отдыха иностранных граждан бесспорно лидируют Москва и Санкт-Петербург, являясь главными культурно-историческими центрами России. Владимир, Екатеринбург, Новосибирск, Казань также являются крупными территориями сосредоточения культурно-исторических ценностей. Симферополь, Сочи, Минеральные Воды, Краснодар популярны как курортные города. Иркутск востребован в виду своей близости к Байкалу[6].

Ростуризм провел опрос иностранных туристов, на предмет того, что для них в России является привлекательным. И обобщая полученные данные, можно сказать, что классический образ нашей страны по-прежнему доминирует. В наибольшей степени он ассоциируется у иностранцев с историческими достопримечательностями и православной культурой, а также с традиционными водкой, икрой и матрешкой. В меньшей – с конкретными

географическими дестинациями и природными объектами. Слабо ассоциируется образ России с возможностями санаторно-курортного отдыха и бальнеологического лечения.

Рассмотрим характеристики ситуации внутреннего и выездного туризма в РФ. Статистика прошлого, 2015 года, свидетельствует о сокращении выездного туризма на 18% и повышении внутреннего на 30%, в чем можно убедиться, посмотрев в таблицу 1.3 и рисунок 1.3 - на результаты трендового анализа внутреннего и выездного туристических потоков [6].

Таблица 1.3 - Число российских туристов, выезжающих на отдых за рубеж

	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Численность, млн. чел.	12 605 053	14 495 894	15 332 136	18 291 737	17 611 569	12 151 983
Изменение относительно предшествующего периода, %		15	6	19	-4	-31

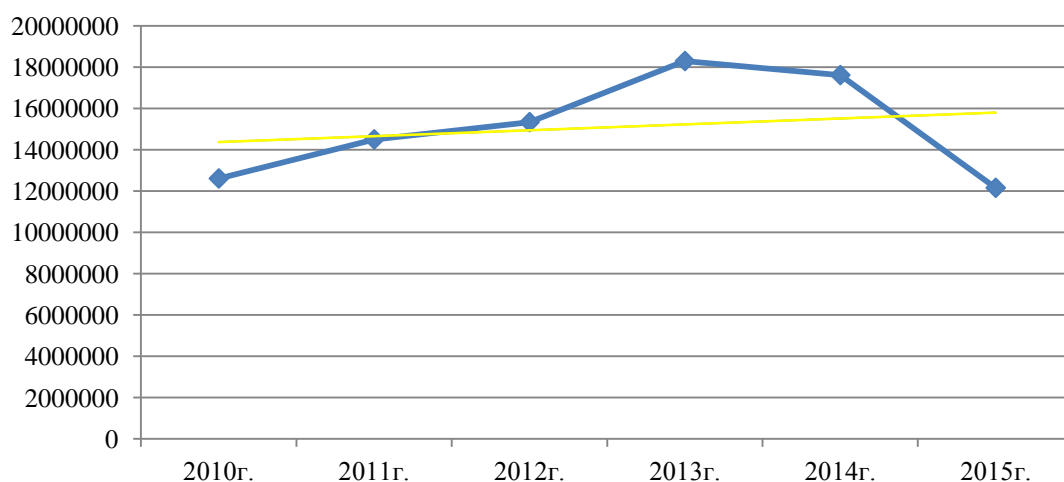


Рисунок 1.3 – Динамика численности российских туристов, выезжающих на отдых за рубеж

Отдых за границей всегда был востребован среди российских туристов, но события последних двух лет привнесли свои изменения и высвободили треть выездного потока. По прогнозам Ростуризма, в ближайшем будущем спрос на отдых внутри своей страны будет только увеличиваться, следовательно, перед объектами туриндустрии открываются новые возможности и перспективы, которые необходимо грамотно использовать. Например, многие популярные российские курорты внедряют систему «все включено».

Особой популярностью, традиционно пользуются курорты Краснодарского края, Кавказские Минеральные Воды, Евпатория, Алушта, Ялта. Для культурно- познавательного отдыха приоритетными являются туры по Золотому Кольцу, Казань, Калининград и, конечно же, Санкт- Петербург, Москва и Подмосковье. Нетрудно заметить, что основные места туризма сосредоточены в исторически сложившихся центрах культуры и отдыха,

находящихся в южной и центральной России. Учитывая просторы нашей страны, разнообразие и привлекательность природных достопримечательностей, в рамках внутреннего туризма стоит акцентировать усилия также и на развитии туризма в других регионах России [7].

В виду социально-экономических и политических обстоятельств, сложившихся в прошлый и текущий год, на рынке появились новые тенденции.

Определяющей тенденции 2016 года на российском рынке туризма.

1) Крайняя чувствительность потребительского рынка к ценовым изменениям. В виду изменения курса валют Россияне будут вынуждены сократить продолжительность заграничного отдыха, либо вовсе от него отказаться. Что касается внутреннего рынка, то рост цен так же будет вызывать сокращение отдыха граждан в роле туристов и поиск бюджетных вариантов отдыха.

2) Сокращение количества выездных каникулярных периодов. Если ранее, помимо летних месяцев туристические потоки активизировались и во время официальных праздников и выходных, то в настоящее время многие люди сократят период отдыха в эти дни, либо откажутся от него вовсе.

3) Освободившийся поток выездных туристов. Под влиянием внешнеэкономических факторов значительное количество туристов, привыкших проводить отпуск на побережье самого популярного курорта россиян, окажется в поиске нового места отдыха, что стимулирует развитие внутреннего туризма.

4) Повышение востребованности российских морских курортов. Эта тенденция может приобрести весьма положительное развитие в случае, если отдых на отечественных курортах будет по весьма умеренным ценам, как минимум, не превышающим поездку к заграничному побережью.

5) Сокращение участников туристического рынка. Средние и мелкие туроператоры, работающие в сегменте выездного туризма, сократили свою численность на 70%. Этот факт говорит о необходимости переквалификации работы на внутренний рынок и предоставлении качественного отечественного туристического продукта.

6) Переход самостоятельного туризма в организованный в крупных курортных территориях России. В среде внутреннего туризма около 80% туристов не прибегают к услугам туристических организаций, в настоящее время эта картина начинает изменяться. Сохранение этой тенденции зависит от ценовой политики туроператоров, которая в свою очередь находится в зависимости от темпов инфляции и иных последствий экономического кризиса. А также необходимо развитие социального туризма и предложение бюджетных, но качественных вариантов отдыха [8].

Таким образом, можно заключить, что российский туризм, во всех его направлениях, на данный момент находится в подвешенном состоянии, так как существует большое количество потенциальных туристов, не определившихся с организацией своего отдыха и большое количество перспектив и возможностей для организаторов туризма на внутреннем рынке, которым необходимо

оперативно перестроить свою деятельность в соответствии с потребностями рынка. В самом общем виде, ситуация может разрешиться в одном из двух направлений: российский рынок туристических услуг сможет быстро и качественно измениться и занять ведущие позиции во внутреннем, так и въездном туризме, либо иностранные туроператоры активизируются в сложившейся мировой ситуации и предложат выгодные условия для русских туристов, тем самым перенаправив освободившийся поток в свою сторону.

Развитие и стабилизация российского туризма во многом зависит о преодоления отраслевых проблем:

- высокие издержки на строительство объектов инженерной инфраструктуры для создаваемых туристско-рекреационных комплексов (в том числе сети энергоснабжения, водоснабжения, транспортные сети, очистные сооружения);

- низкий уровень развития туристской инфраструктуры (недостаточность, а в ряде регионов отсутствие средств размещения туристского класса и объектов досуга, неудовлетворительное состояние многих туристских объектов показа, отсутствие качественной придорожной инфраструктуры практически на всех автомагистралях страны);

- слабая информационная база и информированность туристов о местах отдыха;

- отсутствие доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов (например, проектное финансирование) с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки;

- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии вследствие недостатка профессиональных кадров;

- недостаточное продвижение России как привлекательного направления для туристов, обусловленное низким уровнем бюджетного финансирования;

- не создана целостная система обеспечения безопасности;

- слабая система нормативных правовых актов и экономических механизмов, обеспечивающих эффективное функционирование индустрии туризма [9].

Поиск решений обозначенных трудностей и их преодоление во многом зависит от позиции государства и его готовности создавать определенные условия, способствующие развитию данного направления.

Особое внимание уделим туристической сфере Красноярского края. Рассмотрим вопросы, касающиеся оценки потенциала, проблем и перспектив, туристически привлекательных территорий, место региона в сфере туризма стран в целом.

Согласно оценке рейтингового агентства «Эксперт-РА» Красноярский край занимает седьмое место по туристическому потенциалу из 83 субъектов. Ежегодно регион посещают около 450 - 500 тысяч человек с различными целями (деловыми, туристскими, оздоровительными) [10].

Главная составляющая туристической привлекательности территории – это туристские ресурсы. В Красноярском крае имеется их великое разнообразие, представим их краткий перечень.

Более 7% площади края занимают особо охраняемые природные территории, включающие:

- особо охраняемые природные территории федерального значения: три государственных природных биосферных заповедника («Саяно-Шушенский» – включен во всемирную сеть биосферных резерватов ЮНЕСКО, «Таймырский», «Центральносибирский»), четыре государственных природных заповедника («Большой Арктический», «Путоранский», «Столбы», «Тунгусский»), три государственных природных заказника («Елогуйский», «Пуринский», «Североземельский»), национальный парк «Шушенский бор»;

- особо охраняемые природные территории краевого значения: природный парк «Ергаки», обладающий высокой привлекательностью для любителей активного отдыха, 36 государственных природных заказников, 55 памятников природы;

- особо охраняемые природные территории местного значения: один охраняемый водный объект, три охраняемых природных долинных комплекса [11].

Помимо уникального растительного и животного мира, имеются другие природные объекты, представляющие интерес для туристов: Плато Путорана, крупнейшие водопады Евразии – Тальниковый и Кинзелюкский, отроги Саян. Кроме этого, на территории края находится большое количество пещер, рек и озёр (в том числе солёных, содержащих лечебные грязи). В качестве значимых для развития внутреннего и въездного (преимущественно с территориями смежных регионов) туризма можно отметить территории лечебно-оздоровительных местностей краевого значения, таких как «Озеро Тагарское», «Озеро Боровое (Плахино)», «Озеро Учум» [12].

В арктической зоне Красноярского края расположены такие объекты туристского интереса, как государственные природные заповедники «Большой Арктический» и «Путоранский», государственный природный биосферный заповедник «Таймырский», заказники «Североземельский» и «Пуринский», памятник природы «Музей вечной мерзлоты» в г. Игарка, музей природы и этнографии «Объединенной дирекции заповедников Таймыра», участок Ары-Мас – самое северное в мире местообитание лиственничных лесов, крупнейшее (второе место после Байкала) озеро Таймыр с оригинальной флористической и фаунистической характеристикой [12].

В настоящее время большое внимание уделяется освоению Арктической зоны Российской Федерации, в том числе и развитию туризма на обозначенной территории.

В крае находятся такие уникальные туристские объекты, как памятник природы краевого значения «Географический центр Российской Федерации» (Эвенкийский район), место падения Тунгусского метеорита (Эвенкийский район), музей мамонта (п. Хатанга), исторический центр города Енисейска,

Историко-этнографический музей-заповедник «Шушенское» (Шушенский район), Красноярский краевой краеведческий музей и его филиалы, в частности Мемориальный комплекс В.П. Астафьева (г. Дивногорск), музеи, посвященные жизни и творчеству великого русского художника В.И. Сурикова (г. Красноярск) и др.[12].

Еще одно богатство края – это водные ресурсы. В первую очередь это река Енисей, предлагающая туристам речные круизы. Популярны сплавы рекам Мана, Подкаменная и Нижняя Тунгуска, Кан, Сисим, Чулым, рыбная и многие другие. Озеро Виви является географическим центром России, что подтверждено Федеральной службой геодезии и картографии России. Местами отдыха стали заливы «Красноярского моря» - искусственного водоема Красноярского водохранилища.

На территории Красноярского края расположено 2005 объектов культурного наследия и 2900 выявленных объектов культурного наследия и объектов, обладающих признаками объекта культурного наследия.

В регионе проходит большое количество событий, имеющих российскую и международную известность (Международный турнир по вольной борьбе имени И. Ярыгина, Международный фестиваль этнической музыки и ремёсел «МИР Сибири», Международный Канский видеофестиваль, Красноярский международный музыкальный фестиваль стран Азиатско-Тихоокеанского региона и др.).

Значительным фактором, стимулирующим развитие въездного туризма в среднесрочном периоде является 29-я Всемирная зимняя Универсиада 2019 года.

Красноярск является крупным центром делового туризма, ежегодно принимающим свыше 40 крупных российских и международных конгрессов, выставок и форумов.

Степень развития инфраструктуры гостеприимства, сопутствующих услуг и качества городской среды существенно различается в районах и городах края. Наиболее благоприятная ситуация складывается в Красноярске, относительно благоприятная в районах с интенсивным туристским потоком (Минусинский, Шарыповский и Шушенский районы), однако даже на относительно благоприятных территориях ощущается существенный дефицит объектов сферы услуг (предприятий общественного питания, досугово-развлекательных комплексов). Помимо Красноярска, в городах края отсутствуют обустроенные пешеходные зоны и тротуары, туристско-информационные центры и оформленные туристские маршруты (навигация, информация о достопримечательностях и объектах сервиса), что не способствует привлечению самостоятельных туристов [11].

Транспортное сообщение с объектами туристского показа в центральных и южных районах осуществляется, в основном, посредством автомобильного транспорта, при этом уровень развития придорожного сервиса остается низким.

Средства размещения вблизи автомобильных трасс доступны лишь в нескольких населённых пунктах, при этом их качество можно оценить как низкое.

Большое количество естественных площадок, расположенных вдоль федеральных автомобильных трасс и обладающих хорошими ландшафтно-видовыми характеристиками, не задействованы в обслуживании транзитного туристского потока (смотровые площадки, гостиницы, кемпинги, кафе и т. п.) [12].

В сфере гостеприимства в настоящее время действует 329 организаций (без учета микропредприятий), в том числе 211 гостиниц. Общая ёмкость номерного фонда этих организаций составляет 11,2тыс. номеров.

Основные места в гостиницах и аналогичных средствах размещения сосредоточены в Красноярске (6109), Норильске (417), Енисейске (306), Канске (274), Шушенском (262), Дивногорске (186), Ачинске (169), Лесосибирске (114) и Минусинске (111).

Размещение в санаториях и профилакториях осуществляется в Балахтинском районе (840), Красноярске (811), Минусинском районе (619), Ужурском районе (600) и Шушенском районе (140).

Основные места на турбазах предлагаются в Красноярске (1136), Шарыповском районе (628), Дивногорске (552), Минусинском районе (446), Ермаковском районе (436), Берёзовском районе (408), Курагинском районе (320), Манском районе (251) и Енисейском районе (46).

Таким образом, наиболее разнообразные возможности для размещения существуют в пяти городах и девяти районах края.

В настоящее время в крае насчитывается 335 туристских фирм из них около 84% компаний зарегистрированы в городе Красноярске.

По состоянию на 01.11.2015 г., в Едином федеральном реестре туроператоров России зарегистрировано 22 туроператора в сфере внутреннего туризма, 14 – в сфере международного въездного, в сфере международного выездного – 4.

Информационные технологии для продвижения своего турпродукта задействует более 60% региональных туристских компаний.

На основании данных статистики, 90% туристского потока в край обеспечивают жители СФО, около 8% – туристы из крупных городов, преимущественно, западной части России и 2% – иностранцы из дальнего зарубежья (ядро – Китай, Германия, США) [12]. Соотношение показателей представлено на рисунке 1.4.



Рисунок 1.4 – Структура туристского потока в Красноярском крае

Статистика говорит о том, что практически весь туризм региона завязан на Сибирском округе, естественно, с преобладанием туристов Красноярского края. Есть, куда расти в плане привлечения туристов из других регионов России, а также иностранных туристов.

По мнению экспертов, к краевым туристским брендам, известным за рубежом, можно отнести: круизы по Енисею, туристический маршрут «Саянское кольцо», Международный Канский видеофестиваль.

Среди российских туристов популярны заповедник «Столбы», фанпарк «Бобровый лог», Историко-этнографический музей-заповедник «Шушенское», Международный фестиваль этнической музыки и ремесел «МИР Сибири».

Успешность туристской сферы региона во многом зависит от преодоления проблем, некоторые из них носят системный характер и являются общероссийскими, другие являются сугубо региональными:

- отсутствие эффективных инструментов государственной поддержки отрасли;
- отсутствие конкурентоспособной туристской инфраструктуры, соответствующей мировым стандартам;
- недостаток гостиничных номеров среднего класса и недорогих гостиниц для развития молодежного туризма;
- дефицит квалифицированных кадров в предприятиях туриндустрии, а также в сфере управления развитием туризма;
- отсутствие программ развития туризма на территориях муниципальных образований края;
- недостаток информации о туристско-рекреационных возможностях края, ее разрозненность, отсутствие системы информационной поддержки внутреннего и въездного туризма;
- отсутствие эффективной системы статистического учета [13].

В общем и целом сущность перечисленных проблем регионального уровня совпадает с общероссийскими.

Тенденции в сфере туризма красноярского края с позиции общества

совпадают с тенденциями в мировом и российском туризме, люди так же стремятся отдыхать семьей или большими компаниями, отдают предпочтение активному отдыху и природе, ищут возможности минимизировать затраты и получить максимум впечатлений и духовного обогащения. Что касается позиции Министерства, то стоит отметить некоторые инноваций:

- кластерный подход к формированию туристических центров;
- продвижение и поддержка социального туризма, в том числе субсидирование и выделение грантов по данному направлению;
- разработка пресс-туров в Арктическую зону;
- продвижение туристических территорий с привязкой к историческим событиям и проводимым мероприятиям (событийный, тематический туризм) [14].

Общий краткий обзор туристической отрасли мирового, государственного и регионального уровней помог сформировать понятие о следующих вопросах:

- что хочет получить потребитель туристического продукта и что должен содержать в себе привлекательный и конкурентоспособный туристический продукт;
- на работу каких мировых лидеров в сфере туризма стоит обратить внимание при формировании подходов к организации туристической деятельности;
- основные проблемы сферы туризма страны и региона и их взаимосвязь;
- динамика и структура туристических потоков для понимания конъюнктуры рынка;
- потенциал Красноярского края и его выражение в природных и культурных объектах, субъектах туристской деятельности.

2.2 Анализ российского и зарубежного опыта развития туризма

В данном разделе отразим наиболее значимые моменты на всем пути становления и развития туризма в мировой и отечественной практике, из чего можно будет почерпнуть идеи и проанализировать опыт.

Рассмотрим основные исторические этапы развития и становления туризма на примере развития наиболее успешных туристских центров и необычных для туризма территорий.

Туризм как массовое социальное явление стал складываться после Второй мировой войны, хотя корни туризма уходят в глубокое прошлое. В истории развития туризма различают четыре этапа.

Первый этап – от древности до начала XIX века.

Второй этап – от начала XIX века до начала XX века.

Третий этап – от начала XX века до Второй мировой войны.

Четвертый этап – после Второй мировой войны до наших дней.

Ознакомимся с краткой характеристикой особенностей каждого этапа.

Первый этап развития туризма называют предысторией. Начало этого

этапа относится к античному периоду (Древняя Греция и Рим), когда основными мотивами путешествий были торговля, паломничество, лечение, образование. В этот период зародились спортивные поездки. Позже, в Средние века, стимулом к путешествиям становится религиозный фактор. Эпоха Возрождения усиливает индивидуальный характер путешествий. В эпоху Просвещения путешествия носили образовательную направленность. До середины XIX века путешествия имели ряд отличительных черт: во-первых, средства передвижения были примитивными; во-вторых, путешествие было не самоцелью, а необходимым условием и средством достижения какой-либо другой цели (например, торговля, лечение, образование и т.п.).

Второй этап называют элитарным туризмом. Именно на этом этапе начинают создаваться первые специализированные предприятия по производству туристских услуг. Важнейшую роль на этом этапе развития туризма сыграли революционные изменения в транспорте. При этом расходы на путешествие снижались за счет более экономичных средств передвижения. Повышение качества и надежность транспортных перевозок наряду с их удешевлением обусловили существенное увеличение потоков путешествующих.

Третий этап ознаменовал собой начало становления социального туризма. Первая мировая война, экономическая депрессия 30-х годов и Вторая мировая война оказали негативное влияние на развитие туризма. Вместе с тем, именно в этот период появляются элементы массового туризма, который достиг своего расцвета в послевоенные десятилетия. В Европе зародилось мнение о том, что вовлечение «маленького человека» в туризм оказало бы неоценимую помощь гостиничному хозяйству. Массовые дешевые турпоездки становятся основным продуктом фирм.

Четвертый этап называется этапом массового туризма. Формируется индустрия отдыха и развлечений со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством. Происходит быстрый рост въездного и выездного туризма, увеличиваются объемы спроса и предложения, что привлекает в туристскую отрасль капиталы из других сфер. Особую активность проявляют транспортные предприятия и торговые фирмы. Со второй половины 70-х годов XX в. можно говорить о расцвете конвейерного туризма, который в настоящее время постепенно трансформируется в дифференцированный туризм [13].

Рассмотрим особенности организации туристской деятельности популярных местах культурно-познавательного и сельского туризма.

В Германии для привлечения туристов, предпочитающих культурно-познавательный вид отдыха применяется такой инструмент, как привязка местности к историческим персонажам, событиям или формирование ассоциаций местности с определенной атмосферой. Туристы со всего мира приезжают в эти города, чтобы понять, чем определялось вдохновение художников, увидеть натуры для их произведений, почувствовать атмосферу, в которой жили и работали мастера. Примеры соответствующих туристских

продуктов. «Немецкая романтическая дорога» - это самый старый и самый известный туристический маршрут Германии. Протяженностью 350 км от Франконии до Тироля, он предлагает отдых и богатые различными впечатлениями путешествия. Во время путешествия туристы знакомятся с историей Баварии и 2000-летней культурой этой земли. Маршрут «Дорога сказок» - это путь по восхитительно красивой местности, где в давние времена обитали любимые герои детских сказок. маршрут «Немецкая дорога игрушек. Путешествие в детство».

Через живописные города и плоскогорья Франконии и Тюрингии пролегает 300-километровый туристический маршрут, ведущий прямиком в детство. Здесь можно увидеть самые разнообразные игрушки - в мастерских и на выставках-продажах, в музеях и парках отдыха [14].

Основа туристского бренда Польши заключается в событийном туризме, связанном с различными фестивалями, проходящих в малых городах государства. Большим успехом в Польше пользуются фестивали органной музыки. Во многих костелах находятся старинные и великолепно звучащие органы. Самой большой популярностью пользуются концерты на летнем Международном органном фестивале в Кафедральном соборе в Гданьске, уже на протяжении 30 лет. В репертуаре фестиваля - как классические произведения, так и произведения современных авторов.

Такие традиционные мероприятия как песенные фестивали и кинофестивали в обязательном порядке проводятся каждый год с июня по сентябрь и привлекают многочисленных туристов. В Познани ежегодно проводится около десятка торговых ярмарок и выставок, крупнейшей из которых является Международная техническая ярмарка в июне и Ярмарка потребительских товаров в октябре [15].

Во Франции одним из основных направлений туризма является сельский туризм. Особенностью организации туристской деятельности данного направления является детализация развития и управления до проектов, ориентированных на конкретные деревни отдыха.

На Кипре существует несколько туристских агентств, специализирующихся на продаже путевок в кипрские деревни, где туристам предлагают кусочек деревенской жизни, знакомя с местными традициями и обычаями и народной кипрской кухней [16].

Отметим способы развития нестандартных для высокого туристского спроса северных территорий, на примере Аляски, Канады и Гренландии.

В последние десятилетия на Аляске невероятно высокими темпами развивается индустрия туризма. Отличительными чертами развития этой территории, как туристского центра являются следующие особенности:

- большие финансовые вложения со стороны государства – государство в лице штата вкладывает до пятидесяти процентов денежных средств в проекты, направленные на развитие туризма на Аляске;

- упрощенные процедуры регистрации и функционирования туристских предприятий (достаточно 35 долларов для того, чтобы зарегистрировать

собственную туристическую компанию; количество туристических компаний в штате Аляска больше, чем по всей России);

- вовлеченность населения в развитие туризма - местные жители штата вкладывают много усилий и средств в обеспечении соответствующего уровня инфраструктуры (население штата заинтересованно в развитой туристской сфере и ее обеспечении, так как это приносит финансовые результаты);

- инфраструктурная и пропускная доступность привлекательных для туризма объектов;

- сформированный бренд региона и качественная маркетинговая кампания «Ценность Аляски» (Аляска позиционируется как суровая территория, где можно проверить себя, узнать непривычные для других территорий США условия жизни, чем и привлекает местных туристов);

- развит событийный туризм, такое мероприятие, как фольклорный фестиваль, длящийся неделю и привлекающий значительное число туристов [17].

Страна льда и снега – Гренландия приобрела свою туристскую привлекательность, благодаря большим вложениям в качественную маркетинговую кампанию и формирование узнаваемого бренда, отличительной особенностью которого является позиционирование Гренландии, как территории для проверки своих возможностей. Также в организации туристской деятельности высока роль местного населения, отличающегося особым гостеприимством. Необычно расположены средства размещения – многие гостевые домики расположены на фьордах. На данной территории развит активный туризм – пешие прогулки по горам и ледникам, альпинизм, водные прогулки по окрестностям, которые сопровождаются долей адреналина при виде проплывающих мимо айсбергов или гуляющих по острову диких животных.

В Канаде существенная роль в организации функционирования сферы туризма отводится власти разного уровня. Федеральные, региональные и муниципальные органы власти имеют четко разделенные зоны ответственности и функции.

Значительная роль в развитии туризма отводится местным органам управления на муниципальном уровне. В их ведение входит широкий спектр задач: вовлечение местных тематических туристских кластеров в региональные кластеры; информационно-аналитическая поддержка; нормативно-правовая поддержка; административная поддержка; налогово-бюджетная поддержка; денежно-кредитная поддержка; инвестиционная поддержка; развитие инновационной составляющей; развитие инфраструктуры; развитие и привлечение трудовых ресурсов.

В Канаде, как и на Аляске, существенная роль при осуществлении туристской деятельности отводится местному населению. Особенности быта и традиций населения той или иной территории используются для создания туристского продукта региона. Местное население заинтересовано в развитии туризма на их территории, так как это влечет за собой существенную

финансовую выгоду [7].

Ознакомимся вкратце с историей российского туризма и отметим удачные примеры развития востребованных территорий отдыха.

В становлении российского туризма выделяют пять этапов:

- просветительский период (до 90-х г.г. XIXв.);
- предпринимательский период (1890-1917г.г.);
- организационно-централизованный период (1930-1970г.г.);
- административно-нормативный период (1970-1990г.г.);
- переходный период (с 1990г.).

Просветительский период характеризовался отдельными примерами использования экскурсий, походов, путешествий, прежде всего в целях образования и сбора научно-географической и краеведческой информации о различных районах и родном крае. Туризм и экскурсии в значительной мере содействовали выполнению социальных программ. Поэтому не случайно наиболее активно их использовали революционно-демократические слои и интеллигенция России.

Предпринимательский - начался с развитием капитализма в России. В это время не только быстро растет туристская инфраструктура – рестораны, гостиницы, транспортная сеть, но и начинает формироваться туристский рынок, в котором явно прослеживаются два основных сегмента – элитарный туризм состоятельных слоев и экскурсионный, рекреационный туризм интеллигенции.

Организационно-централизованный период характеризуется доминированием идеологических функций над хозяйственными. С возникновением в 1928 г. пролетарского общества началась монополизация туризма. Передача туризма и экскурсий в ведение профсоюзов еще более монополизировала ситуацию. При этом развитие туризма пошло чрезвычайно быстро, экстенсивно – за счет включения все новых ресурсов и территорий. Так формировалась самая крупная и самая дешевая в мире материальная база социального и самодеятельного туризма.

Административно-нормативный этап представлен быстрыми темпами развития социального туризма и в то же время еще более быстрым отставанием качества обслуживания от стандартов индустрии туризма западных стран. Попытки стимулировать развитие туризма административными мерами только обострили имеющиеся противоречия. К позитивным итогам этого периода следует отнести возросший интерес науки к проблемам туризма, создание системы рекреационного проектирования, начало формирования новой профессионально-квалификационной структуры и системы непрерывной подготовки кадров туристской сферы.

Переходный этап – в нем проявились некоторые новые тенденции развития туристского хозяйства в условиях экономических реформ: изменение структуры рекреационных потребностей и начало сегментации туристского рынка; переход к использованию природных ресурсов и культурного наследия на основе экономических отношений; переход от административного

регулирования функций туристского хозяйства к экономическому стимулированию туристского рынка на новой законодательной основе. Главным негативным моментом в организации туристской деятельности настоящего периода стала его дороговизна [18].

В Российской практике отметим развитие опыт развития туризма в одной из соседних территорий Красноярского края - Иркутской области. Согласно данным статистики, территория обладает меньшим туристским потенциалом, чем наш регион, но объём потока туристов здесь значительно выше. Это связано с правильной маркетинговой позицией региона - имидж региона сформирован с привязкой к основному туристскому объекту в данной местности – озеру Байкал. Основные туристские продукты сформированы в виде различных туров и путешествий на водный объект и у потенциальных туристов есть четкое представление, что их ждет в данном регионе и с какими целями его можно посетить. Значительный вклад в развитие, как организованного, так и самостоятельного туризма приносит инфраструктурное обеспечение – асфальтированные дороги с качественным покрытием и средний уровень объектов придорожного сервиса.

Из опыта развития туризма горной территории – Урала, можно выделить такие моменты, как позиционирование на международном туристском рынке, посредством участия в различных выставках и фестивалях. В результате, был сделан вывод о том, что неэффективно позиционировать отдельные регионы, так как, за рубежом, нас воспринимают больше по географическому принципу. Поэтому было выработано решение о продвижении Свердловской, Челябинской, Тюменской, Курганской областей, Пермского края, республики Башкортостан под единым брендом «Great Ural/ Большой Урал. А «Локомотивом» был выбран один регион – Свердловская область [19].

Заметен результат работы по развитию туристской отрасли Алтайского края, который выражается в обеспечении качественной инфраструктуры – качественное дорожное покрытие сделано на федеральной трассе М-52 «Чуйский тракт», что значительно способствует привлечению туристов. А также принято решение о строительстве дорог – дублеров [20].

В Краснодарском крае кардинально подошли к развитию аграрного туризма: министерством сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края совместно с Краснодарским региональным институтом агробизнеса ДПО ФГБОУ ВПО Кубанский ГАУ были разработаны и приняты в работу «Методические рекомендации по созданию и развитию КФХ с перспективами агротуризма». Также в августе 2014г. министерством проведен обучающий семинар для малых форм хозяйствования в агропромышленном комплексе Краснодарского края в области развития сельскохозяйственного производства по теме: «Развитие агротуризма в малых формах хозяйствования на территории Краснодарского края». Проведение подобных обучающих семинаров проводится ежегодно. в целях стимулирования предпринимательской деятельности в городских и сельских поселениях Краснодарского края в сфере сельского (аграрного)

туризма утвержден ежегодный краевой конкурс «Лучший объект сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае». По итогам конкурса, за счет средств краевого бюджета, победителям краевого конкурса были предоставлены гранты в виде субсидий. Ежегодно проводятся выставки, направленные на ознакомление с туристским потенциалом Краснодарского края, установление прямых контактов с ведущими туроператорами, а также разработке совместных проектов и маршрутов [21].

В Санкт-Петербурге важная роль отводится механизму государственно-частного партнерства при организации сферы туруслуг. Что выражается в содействии власти мелким предпринимателям, например, занимающимся водными прогулками на катерах, экскурсионными маршрутами по городу.

Анализируя зарубежные примеры развития успешных туристских территорий, следует принять во внимание необходимость правильного позиционирования местности в целом и конкретного турпродукта, что должно отражать суть возможностей отдыха и вызывать у потребителей определенные ассоциации, способствующие желанию посетить данную местность. А также развитие территории туризма требует детальной проработки в проекте или программе развития, предназначенных для этой территории и учитывающей ее особенности и возможности.

Опыт развития северных туристских центров указывает значимость брендинга – привлекательного позиционирования региона и хорошо организованной маркетинговой компании для продвижения туристского продукта. А также удачным опытом является активное взаимодействие туризма и местного населения, которое при взаимовыгодных условиях содействует созданию соответствующих для туристской деятельности условий и создает определенный колорит для предлагаемого туристского продукта территории. Данные аспекты весьма актуальны для развития туризма на территории Красноярского края.

Российский опыт организации туристской деятельности указывает на то, что для успешного функционирования туристской сферы необходимо инфраструктурное обеспечение и активное содействие государства субъектам бизнеса.

1.3 Методические подходы к развитию сферы туризма

В любой сфере деятельности, где присутствует динамика и развитие, сложилась определенная методология, на которой основывается функционирование субъектов данной сферы, к чему относятся модели, методы, инструменты, подходы, направленные на становление и совершенствование той или иной деятельности. Методологические инструменты можно разделить на два вида: методы, применяемые для исследования происходящих в ней явлений и тенденций и методы, используемые для организации деятельности в данной сфере и ее развития. Рассмотрим основные методические подходы, которые применяются в исследованиях сферы туризма и ее развития, после чего сделаем выводы о выборе наиболее подходящего инструментария для развития туристской сферы региона, с учетом ее характеристик, полученных при анализе.

Рассмотрим характеристики моделей организации туристской деятельности, сложившиеся в мировой практике. Модель деятельности – это система действий и функций, выполняемых участниками деятельности.

Выделяется три основных модели организации туристской деятельности.

1) Децентрализованная модель. Она предполагает отсутствие центральной государственной туристской администрации, все вопросы решаются на местах на основе принципов рыночной самоорганизации. Правительства отдельных стран принимают такое решение в тех случаях, когда туризм не является значимой для страны отраслью хозяйства, либо когда субъекты туристского рынка сознательны и занимают сильные позиции, т.е. способны решить свои проблемы без государственного участия.

Эта модель управления используется в США (в 1997 г. в США была ликвидирована государственная структура - USTTA, ведавшая туризмом). Руководство страны решилось на это в силу ряда причин: сокращения расходов федерального бюджета; наличия прочных позиций США на международном рынке туризма; привлекательности страны для зарубежных туристов; присутствия сильных частных компаний в индустрии туризма, способных на мощные самостоятельные рекламные акции в интересах всего национального рынка.

2) Централизованная модель предусматривает наличие сильного и авторитетного министерства, контролирующего деятельность всей индустрии. Для ее реализации требуются определенные условия, а именно: большие финансовые вложения средств в индустрию туризма, рекламную и маркетинговую деятельность, инвестирование в туристскую инфраструктуру. Организация управления туристской индустрией по этой модели распространена в Турции, Египте, Тунисе и других странах, где туризм является одним из основных источников валютных поступлений.

3) Совмещенная модель преобладает в европейских государствах и состоит в том, что вопросы развития туристской деятельности страны на уровне

какого-либо многоотраслевого министерства. Чаще всего это министерство с экономическим уклоном. При этом подразделение данного министерства, которое занимается вопросами туризма, осуществляет деятельность в двух направлениях: занимается глобальными вопросами государственного регулирования (разработкой нормативно-правовой базы, координацией деятельности регионов, международным сотрудничеством на межгосударственном уровне, обработкой статистической информации) и маркетинговой деятельностью, участием в выставках, управлением туристскими представительствами за рубежом [22].

В российской сфере туризма сложилась совмещенная модель управления, что характерно и для Красноярского края в частности.

Подход к развитию туризма предполагает определение общей концепции, в рамках которой осуществляются действия по достижению желаемых результатов при использовании соответствующих механизмов и инструментов.

В отечественной практике сложилось несколько подходов к планированию развития туризма, в зависимости от целей и возможностей субъекта выбирается конкретный подход. Обратимся к таблице 1.4 [23].

Таблица 1.4 - Подходы к развитию туризма

Подход	Характеристика
Ресурсный	Сбор и систематизация данных о туристском потенциале региона. Оценка туристских ресурсов по доступности, безопасности и т.д., дифференцированная для различных форм и видов туризма
Маркетинговый	Определение места региона на отечественном и международном рынках. Определение приоритетов туристского развития. Оценка существующего и перспективного туристского предложения региона на основе потребностей и спроса, расходов туристов и др.
Социально-экономический	Систематизация и оценка вариантов развития туризма в регионе по их эффективности. Оценка влияния развития туризма на регион
Политико-управленческий	Выбор наиболее эффективных вариантов развития туризма. Модификация законодательной базы. Совершенствование управленческой структуры в регионе
Проектный	Выработка конкретных территориально-планировочных решений в рамках инвестиционных проектов

Выше указанные подходы имеют свои особенности, достоинства и недостатки, однако общим для всех является то, что результатом их использования является разработка программы развития туризма.

В рамках данной работы будет применен проектный подход, предполагающий выработку решений по развитию конкретной территории, реализуемых при участии инвестиционного капитала. В связи с этим, планируется применить следующие инструменты проектного управления. Инструменты планирования проекта: устав, классификация проекта. Структуризации проекта: дерево целей, схема жизненного цикла проекта, организационная структура исполнителей, иерархическая структура работ и стоимости, матрица ответственности, дерево решений и др. Инструменты

проектного анализа – показатели эффективности. Инструменты управления расписанием проекта: сетевая модель, опорный план [24].

А также целесообразно применение элементов маркетингового подхода для исследования потребительского спроса.

В рамках исследования необходимо собрать первичную информацию о потребительских предпочтениях в туризме, после чего представить ее в обработанном аналитическом виде.

Различают три наиболее распространенных способа сбора первичной информации.

- 1) Наблюдение – способ, при котором исследователь ведет непосредственный надзор за людьми и обстановкой.
- 2) Эксперимент – отбор информации среди сопоставимых групп субъектов, цель данного исследования – найти причины и следствия противоречивых результатов наблюдений.
- 3) Опрос – способ, позволяющий исследователям получить прямую информацию о знаниях, убеждениях, мнениях людей, о степени их удовлетворенности от покупки, а также способ, позволяющий определить популярность товара в глазах аудитории.

При сборе первичных данных у исследователей маркетинга есть выбор из двух основных орудий исследования, которыми являются анкеты и механические устройства.

Анкета – самое распространенное орудие исследования при сборе первичных данных. В широком смысле анкета - это ряд вопросов, на которые опрашиваемый должен дать ответы.

Выделяют два типа вопросов, которые могут быть представлены в анкете: закрытые и открытые. Закрытый вопрос включает в себя все возможные варианты ответов, и опрашиваемый просто выбирает один из них. Открытый вопрос дает опрашиваемым возможность отвечать своими словами.

Хотя анкета является самым распространенным орудием исследования, в маркетинговых изысканиях находят применение и разного рода механические устройства – различные электронные установки, позволяющие измерять и фиксировать необходимую информацию [25].

Исходя из имеющихся возможностей и ресурсов, выберем такой способ исследования, как анкетированный опрос.

Основываясь на выбранном инструментарии, продолжим дальнейшее выполнение работы, которое подразумевает анализ деятельности организации, исследовательскую работу и разработку самого проекта.

2 Анализ деятельности отдела развития туризма министерства культуры Красноярского края

2.1 Организационная характеристика

Отдел развития туризма, выступающий заказчиком проекта, входит в состав министерства культуры Красноярского края, поэтому проводится анализ деятельности министерства в целом. Цель второго раздела – получить представление об общей деятельности организации и ее финансово-экономических возможностях, чтобы иметь представление о степени ее готовности к финансированию и реализации проекта.

Основываясь на «Положении о министерстве культуры Красноярского края» от 7 августа 2008г. N 32-п, составим общую организационную характеристику учреждения.

Министерство культуры Красноярского края (далее - Министерство) является органом исполнительной власти Красноярского края (далее - край), который на основании и во исполнение Конституции Российской Федерации, федеральных законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, Устава края, законов края, правовых актов Губернатора края и Правительства края осуществляет:

- нормативное правовое регулирование и разработку проектов законов края, правовых актов Губернатора края и Правительства края в областях культуры, сохранения, использования, популяризации и государственной охраны объектов культурного наследия народов Российской Федерации;

- оказание государственных услуг, управление и распоряжение государственной собственностью в областях культуры, сохранения, использования, популяризации и государственной охраны объектов культурного наследия;

- государственный контроль в областях музейного дела, сохранения, использования, популяризации и государственной охраны объектов культурного наследия [26].

Полное официальное наименование: министерство культуры Красноярского края.

Министерство взаимодействует с федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами государственной власти края и иными государственными органами края, органами местного самоуправления, учреждениями, предприятиями и иными организациями, гражданами по вопросам, входящим в компетенцию Министерства.

Министерство обладает правами юридического лица, может от своего имени приобретать права и нести обязанности, выступать истцом или ответчиком в судах, имеет гербовую печать со своим наименованием и изображением герба края, лицевой счет, открытый в казначействе края, и иные счета в соответствии с действующим законодательством.

Место нахождения Министерства: 660009, г. Красноярск, ул. Ленина, 123а [27].

Задачи Министерства:

- обеспечение реализации основных направлений государственной политики в областях культуры, охраны и использования историко-культурного наследия на территории Красноярского края;
- обеспечение условий для реализации конституционных прав граждан на свободу творчества, участие в культурной жизни и пользование учреждениями культуры всех типов, доступ к культурным ценностям;
- обеспечение создания условий для сохранения и развития культур наций и народностей, населяющих территорию Красноярского края;
- обеспечение сохранности объектов культурного наследия на территории Красноярского края;
- обеспечение развития межрегиональных и международных культурных связей в целях дальнейшей интеграции Красноярского края в культурное пространство;
- обеспечение предоставления дополнительного образования детям, среднего профессионального, дополнительного профессионального образования в области культуры [28].

Рассмотрим организационную структуру учреждения.

Во главе Министерства стоит министр культуры, назначение на должность министра и освобождение от нее происходит по решению губернатора, по представлению председателя Правительства края.

В ведение министра находится организация и руководство деятельностью Министерства на основе единоначалия, за выполнение задач Министерства он несет персональную ответственность. Министра вправе вносить предложения председателю Правительства края, разрабатывать и утверждать кадровую политику, утверждать штатное расписание, назначать на должность и освобождать от нее государственных служащих, поощрять и привлекать к дисциплинарной ответственности служащих Министерства. Также Министр отвечает за подготовку и развитие кадров, уровень их квалификации и компетентности.

Высшее руководство Министерством осуществляют министр культуры МIRONENKO Е.Н., первый заместитель министра культуры Гельруд Н.Л., заместитель министра культуры Васильева О.С., заместитель министра-начальник отдела развития туризма министерства культуры Василенко О.А.

Структурными подразделениями Министерства являются отделы:

- отдел финансов, учета и отчетности;
- отдел межрегионального и межведомственного взаимодействия;
- планово-экономический отдел;
- отдел искусств;
- отдел культурно-досуговой деятельности и народного творчества;
- отдел информации и связей с общественностью;
- отдел кадровой политики;

- юридический отдел;
- отдел развития туризма.

Отделы возглавляются начальниками отделов, сектор бухгалтерского учета и контроля - заведующим сектором, главным бухгалтером. Гражданские служащие, работающие в отделах, назначаются на должность консультантом или главным специалистом.

Взаимосвязи между структурными единицами и управление ими осуществляются на основании линейно-функциональной организационной структуры, наглядно – рисунок 2.1.



Рисунок 2.1 – Организационная структура

На сегодня штат руководителей и служащих составляет 32 человека.

Коммуникации и информационное обеспечение осуществляется с помощью совещаний, планерок, письменных приказов и распоряжений, интегрированной системы электронного документооборота, кроме этого дополнительное информационное взаимодействие осуществляется с помощью программ ICQ, Skype.

Информационное, документационное, финансовое, бухгалтерское, транспортное, материально-техническое, хозяйственное и иное обеспечение деятельности Министерство организует самостоятельно.

Интересующий нас отдел развития туризма подчиняется общей системе функционирования учреждения и создан с целью выполнения следующих функций:

- участие в работе комиссии по туризму Координационного совета Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение», Координационного Совета по развитию индустрии туризма «Регионы России – Московское Соглашение»;
- обеспечение деятельности по исполнению положений международных соглашений в сфере туризма на территории Красноярского края;
- разработка методики ведения статистического учета и прогнозирования в области туризма;

- содействие развитию приоритетных видов туризма, информационному сопровождению отрасли, формированию программ развития туризма в муниципальных образованиях Красноярского края;
- организация и проведение заседаний рабочих групп, рабочих встреч, семинаров, конференций, мастер-классов и иных мероприятий с целью развития отрасли туризма;
- продвижение туристско-рекреационных возможностей Красноярского края на российском и международном рынке, организация и проведение пресс туров;
- участие в формировании привлекательного туристического образа края с использованием сети интернет в сфере туризма;
- формирование и ведение реестра туристских ресурсов, хозяйствующих субъектов края в сфере туризма [28].

В рамках своих полномочий, отдел развития туризма выступает инициатором проектов, направленных на развитие туризма и поддерживает инициативу заинтересованных лиц.

2.2 Финансово-экономическая характеристика организации

Министерство культуры – некоммерческое государственное учреждение. Существуют специальные методики для анализа деятельности некоммерческих организаций, применим некоторые из них для оценки эффективности выполненных Министерством программ развития туризма и оценим возможности бюджета для реализации проекта по созданию туристического комплекса.

Финансирование расходов на содержание Министерства осуществляется за счет средств, предусмотренных в краевом бюджете, в том числе в части реализации переданных Российской Федерацией полномочий - за счет субвенций из федерального бюджета.

Общий объем выделяемых из краевого бюджета финансовых ресурсов, направленных на развитие туризма, не превышает 0,01% общего объема расходов краевого бюджета, что составляет 19 млн. рублей на 2015г.

В настоящее время в состоянии реализации находится государственная программа Красноярского края «Развитие культуры и туризма», имеющая в своем составе подпрограмму «Развитие внутреннего и въездного туризма» на 2015-2017гг. Социально-экономическая эффективность и результативность реализации подпрограммы зависят от степени достижения ожидаемого конечного и промежуточных результатов. Сравним запланированные результаты с фактическими за прошедший 2015г для чего используем специальную методику оценки [29].

Оценка результативности Программы по задачам осуществляется по формуле 2.1.

$$E_n = T_{фн} / T_{Нн} * 100\%, \quad (2.1)$$

где E_n - результативность отдельной задачи Программы, выраженная n-м показателем, характеризующим решение этой задачи;

n - номер показателя, характеризующего решение задачи Программы;

T_{fn} - фактическое значение показателя, характеризующего решение задачи Программы, достигнутое за отчетный год;

T_{Nn} - плановое значение n-го показателя, характеризующего решение задачи Программы, утвержденное на соответствующий год.

Суммарная оценка результативности Программы по каждой задаче определяется по формуле:

$$E_i = \sum_{l=1}^m T_{fn} / T_{Nn} * K_{mi} * 100\%, \quad (2.2)$$

где E_i - результативность Программы по i-й задаче Программы, выраженная в процентах;

i - номер задачи Программы;

m - количество показателей, характеризующих решение i-й задачи Программы;

K_{mi} - весовой коэффициент m-го показателя результативности, характеризующего решение i-й задачи, в оценке результативности i-й задачи Программы. Сумма всех весовых коэффициентов должна быть равна единице.

Интегральная оценка результативности всей Программы определяется по формуле 2.3.

$$E = E_i * q_i * 100\%, \quad (2.3)$$

где E - результативность Программы в целом, выраженная в процентах;

E_i - результативность Программы по i-й задаче;

q_i - весовой коэффициент i-й задачи в интегральной оценке результативности Программы. Сумма всех весовых коэффициентов должна быть равна единице.

Фактические значения показателей составляются на основе ведомственной отчетности.

Таблица 2.1 – Целевые индикаторы подпрограммы

№ п/п	Цель, целевые индикаторы	Единица измерения	Плановый показатель	Фактический показатель
Задача 1. Поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самостоятельного туризма в Красноярском крае				
1	Площадь обследованных зон акваторий санкционированных пляжей на территории Красноярского края	тыс. кв. м	13,2	10,1

Окончание таблицы 2.1

№ п/п	Цель, целевые индикаторы	Единица измерения	Плановый показатель	Фактический показатель
-------	--------------------------	-------------------	---------------------	------------------------

2	Количество туристов	чел.	650	870
3	Организация туристско-рекреационных зон на территории Красноярского края	шт.	1	3
Задача 2. Повышение качества туристских услуг, оказываемых на территории Красноярского края				
4	Количество специалистов из числа работающих в туристской индустрии, проинформированных о туристско-рекреационных возможностях, туристских продуктах, мерах поддержки, формах обслуживания на территории Красноярского края	чел.	52	73
Задача 3. Информационное обеспечение туризма Красноярского края				
5	Количество лиц, проинформированных о туристско-рекреационных возможностях и туристских услугах на территории Красноярского края	тыс. чел.	178,3	184,7

Оценка результативности задачи 1 Подпрограммы по каждому целевому индикатору:

$$E_1 = 10,1/13,2 * 100\% = 76,5\%;$$

$$E_2 = 870/650 * 100\% = 133\%;$$

$$E_3 = 3/1 * 100\% = 300\%.$$

Суммарная оценка результативности Подпрограммы по задаче 1:

$$E_1 = 10,1/13,2 * 0,3 * 100\% + 870/650 * 0,4 * 100\% + 3/1 * 0,3 * 100\% = 23\% + 54\% + 90\% = 167\%.$$

Оценка результативности задачи 2 Подпрограммы:

$$E_2 = 73/52 * 1 * 100\% = 140\%.$$

Оценка результативности задачи 3 Подпрограммы:

$$E_3 = 164,7/178,3 * 1 * 100\% = 92\%.$$

Интегральная оценка результативности всей Подпрограммы:

$$E = 1,67 * 0,4 * 100\% + 1,4 * 0,3 * 100\% + 0,92 * 0,3 * 100\% = 66,9\% + 42\% + 27,6\% = 136,5\%$$

Таким образом, эффективность выполнения мероприятий Подпрограммы 6 «Развитие внутреннего и въездного туризма Красноярского края», запланированных на 2015г составила 136,5%, превышение фактического эффекта над запланированным – 36,5%. На это в большей степени повлияло выполнение первой задачи на 67%, что произошло за счет достижения результатов больше запланированных по второму целевому критерию – увеличение численности туристов и по третьему – выделению субсидий на организацию трех туристских зон, но первый целевой критерий оказался невыполненным на 23,5%. Также эффект выполнения второй задачи превысил ожидаемый результат на 40%, так как информацию получили больше число работников туристской индустрии. Задача три осталась невыполненной на 8%. В целом, показатели свидетельствуют об эффективном выполнении поставленных задач.

Далее проанализируем возможности получения финансовых средств для реализации проекта. Выделение финансирования на данный момент возможно на основании двух программ: государственная программа Красноярского края «Развитие культуры и туризма» подпрограмма 6 «Развитий внутреннего и въездного туризма (2015-2017 годы)» и федеральная целевая программа

«Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

Согласно государственной целевой программе, субсидии выделяются на формирование и реализацию туристского продукта в области краеведения и социального туризма. Субсидия предоставляется на безвозмездной и безвозвратной основе в целях возмещения затрат субъектов туристской деятельности, связанных с формированием и реализацией туристского продукта, в размере 50% [11].

Участие в федеральной целевой программе может быть по двум направлениям.

1) Предоставление субсидий за счет средств федерального бюджета субъектам РФ на реализацию мероприятий ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации». Субсидии предоставляются на реализацию иницируемых субъектом Российской Федерации проектов, прошедших конкурсный отбор [29].

2) Получение субсидий за счет средств федерального бюджета на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам и займам, привлеченным инвесторами в российских кредитных организациях для финансирования инвестиционных проектов, направленных на создание или модернизацию объектов туристско-рекреационного использования с длительным сроком окупаемости при реализации мероприятий ФЦП. Предоставление субсидий осуществляется в отношении заемщиков ежеквартально в размере до 90% разницы между процентной ставкой по кредиту и ставкой рефинансирования. Субсидии предоставляются участникам государственно-частного партнерства в рамках Программы и юридическим лицам вне зависимости от формы собственности (далее - заемщики), реализующим проекты, прошедшие конкурсный отбор в соответствии с Правилами [29].

Таким образом, получение финансирования планируемого проекта возможно за счет средств краевого и федерального бюджетов, но прежде необходим пройти конкурсный отбор на соответствие целям и мероприятиям программы, следовательно, разработка проекта по созданию туристического комплекса должна вестись с учетом этого требования.

2.3 Анализ туристических услуг организации

Отдел развития туризма министерства культуры Красноярского края не является субъектом, оказывающим непосредственно туристические услуги, это подразделение высших структур, оказывающих содействие организации и развитию туристской деятельности, что выражается в создании соответствующих условий и оказании поддержки субъектов туристской отрасли и ее потребителям, путем реализации федеральных, краевых программ на разных уровнях. В соответствии с этим, целесообразно рассмотреть результаты проделанной работы Министерством по поддержке субъектов

сферы туризма и мероприятия, запланированные на ближайшую перспективу, а также виды основных туристских услуг в крае и их качество. Это необходимо для анализа имеющихся достижений в отрасли и выявления направлений, которые требуют доработок.

В настоящее время в области туризма Министерство работает над реализацией двух основных программ: государственная программа Красноярского края «Развитие культуры и туризма» подпрограмма 6 «Развитий внутреннего и въездного туризма (2015-2017 годы)» и федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

Так как основная задача Министерства – это создать условия для качественного развития туристской отрасли и оказать поддержку ее субъектам, приведем основные результаты работы Министерства в этом направлении.

В 2015г по итогам конкурса на получение субсидий в сфере развития внутреннего туризма, проведенного среди муниципальных образований края и региональных туроператоров, было выделено более 12,5 млн. рублей на благоустройство туристических мест и продвижение региональных туристических направлений Сухобузимскому, Шарыповскому и Шушенскому районам [30].

Туристическим компаниям, продвигающим социальный туризм, предоставлены субсидии на выделение льготных путевок учащимся школ, воспитанникам детских домов и интернатов, инвалидам, ветеранам, пожилым людям. По итогам конкурса, трем победителям: КТ «Альтамира», ООО «Саянское кольцо Центр», ООО «Меридиан», разделили более 6,5 млн рублей. В результате этой программы туристы отправятся в природный парк «Ергаки», санаторно-курортные комплексы, экскурсии по городу [30].

Данная помощь получена, основываясь на взаимодействии субъектов отрасли и Министерства в рамках государственно-частного партнерства.

Конкретных результатов использования выделенных субсидий в настоящий момент нет, факт их предоставления говорит о проведении соответствующей работы учреждением и приоритетных направлениях развития туристской сферы.

В разработке находится «Концепция туристской деятельности в Красноярском крае», по словам министра культуры, завершение разработки планируется на конец второго квартала 2016г.

Согласно концепции, основными видами туризма, которые способны заинтересовать внешних туристов являются активный, в том числе, приключенческий и арктический, экологический, деловой (конгрессный, научный, выставочно-ярмарочный), культурно-познавательный (в том числе, паломнический). К наиболее интересным направлениям для въездного и внутреннего туризма относят событийный, спортивно-оздоровительный, паломнический, охотничье-рыболовный, этнографический. В большей степени внутренние туристы заинтересованы в социальном, лечебно-оздоровительном, детско-юношеском туризме [9].

Перечисленные виды туризма выделены в качестве приоритетных с учетом потребительского спроса, основанного на статистических данных. Однако для более полного понимания содержания потребительского спроса и формирования успешного туристского продукта необходимо провести более детальное изучение предпочтений потребителей. Для чего были проведены социологические исследования.

Первым шагом в анкетированном опросе «Предпочтения туристов Красноярского края» было исследование предпочтений потенциальных потребителей туристских услуг [31]. Результаты исследования в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Результаты опроса «Предпочтения туристов Красноярского края»

Вопрос и варианты ответа	Доли ответов на вопрос, %	Отметка самых высоких показателей
1.Какой вид туризма Вы предпочитаете?		
Культурно – познавательный	24	★
Лечебно- рекреационный	10	
Деловой/ Образовательный	5	
Сельский/ Экологический	6	
Активный (горный, горнолыжный, сплавы и т.п.)	30	★
Спортивный (специальная подготовка)	9	
Приключенческий (специальные "экзотические" туры)	16	★
2.Сколько времени вы готовы уделить одному путешествию		
До 7 дней	40	★
8-15 дней	44	★
16-30 дней	16	
3.Какая форма организации туризма предпочтительна для Вас		
Организованный туризм (посредством туристических фирм)	30	★
Организованный туризм (посредством туристских клубов)	17	
Самостоятельный туризм	53	★
4.Какую форму поездки Вы выберете		
Индивидуальная	10	
В паре	28	
Групповая	40	★
Семейная	22	
5. В какой сезон Вам удобнее отправляться в путешествие?		
Летний	64	★
Зимний	17	
Межсезонье	19	
6. Туризм для какой возрастной группы Вас интересует?		
Дети	4	
Молодежь	58	★
Средний возраст	34	★

Окончание таблицы 2.2

Вопрос и варианты ответа	Доли ответов на вопрос, %	Отметка самых высоких показателей
6. Туризм для какой возрастной группы Вас интересует?		

Старшее поколение	4	
7. Какой способ передвижения Вы выберете, отправляясь в путешествие по краю?		
Железная дорога	16	
Автомобиль/Автобус	45	★
Мотоцикл/Квадроцикл	12	
Автостоп	3	
Речной	11	
Пеший/Велотуризм	13	
8. Насколько Ваш отдых зависит от финансового положения		
С удовольствием бы отправился (-ась) в путешествие, но финансы не позволяют	26	
Приходится копить и экономить, чтобы отправиться на отдых	55	★
Могу позволить себе регулярно путешествовать	19	
9. Какое направление путешествий Вы выбираете чаще?		
По краю	38	★
По России	36	
За границу	27	

По результатам опроса определим, что наиболее востребованными видами туризма являются активный, культурно-познавательный и приключенческий, что подтверждает правильность позиционирования туристического комплекса, как места предоставления активного организованного туризма, с перспективой развития других видов туризма в процессе взаимодействия с другими элементами планируемого кластера.

Ответы на остальные вопросы стоит учитывать при формировании турпродукта и организации работы комплекса, для его успешного функционирования. Особое внимание стоит уделить транспорту – наиболее удобным считается передвижение автобусом или на автомобиле, следовательно, необходимо обеспечение соответствующей инфраструктуры. Стоит учитывать финансовый аспект путешествий, вызывающий предпочтение экономичного отдыха. Средства размещения стоит планировать с учетом наибольших предпочтений групповых поездок, а также поездок в паре.

Также в анкете присутствовал свободный вопрос «Чего, на Ваш взгляд, не хватает туризму Красноярского края?». Обобщая все ответы, представленные в свободной форме, можно разбить их на несколько категорий, которых касалось мнение жителей края, результаты представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Ответы на вопрос «Чего не хватает туризму Красноярского края?»

Категория ответа	Доля ответа в опросе, %
Развитой инфраструктуры	12
Качественная организация и сервис	30
Информации о туристских маршрутах и достопримечательностях края	26
Финансовой доступности	11
Экологии и погодных условий	8
Заинтересованность жителей в местном туризме	12

Статистика подтверждает существование ранее указанных проблем туристской отрасли Красноярского края. Один из основных факторов, препятствующих туристской деятельности – слабое информационное обеспечение: жители слабо просвещены о наличии туристских ресурсов, информация об имеющихся местах отдыха сжата и размыта. Этот факт нужно учитывать и смягчать его влияние при распространении услуг комплекса. А также отдыхающим не хватает качественного сервиса и организации отдыха, на что и планируется делать упор в работе туркомплекса.

Далее был проведен сравнительный анализа потребительских предпочтений относительно продукта планируемого проекта и аналогичной продукции конкурентов. Для чего были выбраны несколько наиболее важных критериев выбора туристской базы в Красноярском крае. Для оценки параметров был проведен социальный опрос в возрастной категории от 20 до 50 лет. Шкала оценок параметров: 1-10 баллов - от самого незначительного, до самого значимого параметра выбора. Результаты отражены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Оценка критериев выбора туристской базы в Красноярском крае

Критерии	Оценка значимости критериев в баллах от 1 до 10													
1.Месторасположения (удаленность от центра, примечательность местности)	1	5	9	5	10	9	7	1	7	7	7	10	10	6
2.Способы, которыми можно добраться до базы (личный транспорт, ж/д, рейсовый автобус)	1	8	7	1	6	3	9	1	8	1	7	8	7	8
3. Условия проживания в домиках(комфорт, кол-во спальных мест, благоустройство, дизайн)	5	8	5	8	6	5	4	5	9	7	7	4	7	4
4.Разнообразие услуг и организация активного отдыха (услуги инструкторов, проводников)	1	9	10	2	9	8	9	1	7	5	9	10	8	4
5.Стоимость отдыха и услуг	10	10	8	10	9	7	9	10	10	10	10	9	7	9
6.Сервис(питание, чистота, предоставление инвентаря для активного отдыха)	7	8	6	7	5	5	3	7	9	8	9	7	8	3
7. Обеспечение безопасности отдыха	8	9	9	9	3	7	4	8	10	9	10	5	7	4

Окончание таблицы 2.4

Критерии	Оценка значимости критериев в баллах от 1 до 10														
8. Наличие занятий для детей	1	8	1	1	1	7	1	1	6	1	1	2	7	1	
9.Наличие парковки/ гаража для автомобиля	1	8	1	1	2	5	1	1	8	1	8	1	3	1	
10.Наличие коммуникаций (тел. связь, интернет, телевидение)	2	8	5	1	1	2	2	2	8	2	8	1	2	4	
11.Доступность мед. помощи	10	10	10	10	5	7	2	10	10	10	10	3	7	3	
12.Посещаемость	1	7	5	5	8	6	7	1	7	7	7	4	7	6	
13. Населенный пункт, близь которого (в котором) располагается турбаза	1	5	5	1	6	2	5	1	7	2	5	3	3	6	

Проранжируем критерии выбора туристской базы на основе их средневзвешенного значения, в результате чего получим представление о том, какие параметры в первую очередь интересуют отдыхающего при выборе места проведения отдыха. Результаты в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Ранжирование критериев выбора туристской базы в Красноярском крае

Параметр	Средневзвешенная значимость
1.Стоимость отдыха и услуг	9,14
2.Доступность мед. Помощи	7,64
3. Обеспечение безопасности отдыха	7,29
4.Месторасположения(удаленность от центра, примечательность местности)	6,71
5.Разнообразие услуг и организация активного отдыха(услуги инструкторов, проводников)	6,57
6.Сервис (питание, чистота, предоставление инвентаря для активного отдыха)	6,57
7. Условия проживания в домиках (комфорт, кол-во спальных мест, благоустройство, дизайн)	6,00
8.Посещаемость	5,57
9.Способы, которыми можно добраться до базы(личный транспорт, ж/д, рейсовый автобус)	5,36
10. Населенный пункт, в котором располагается турбаза	3,71
11.Наличие коммуникаций (тел. связь, интернет, телевидение)	3,43
12.Наличие парковки/ гаража для автомобиля	3,00
13. Наличие занятий для детей	2,79

Отразим полученные результаты на диаграмме рисунка 2.2

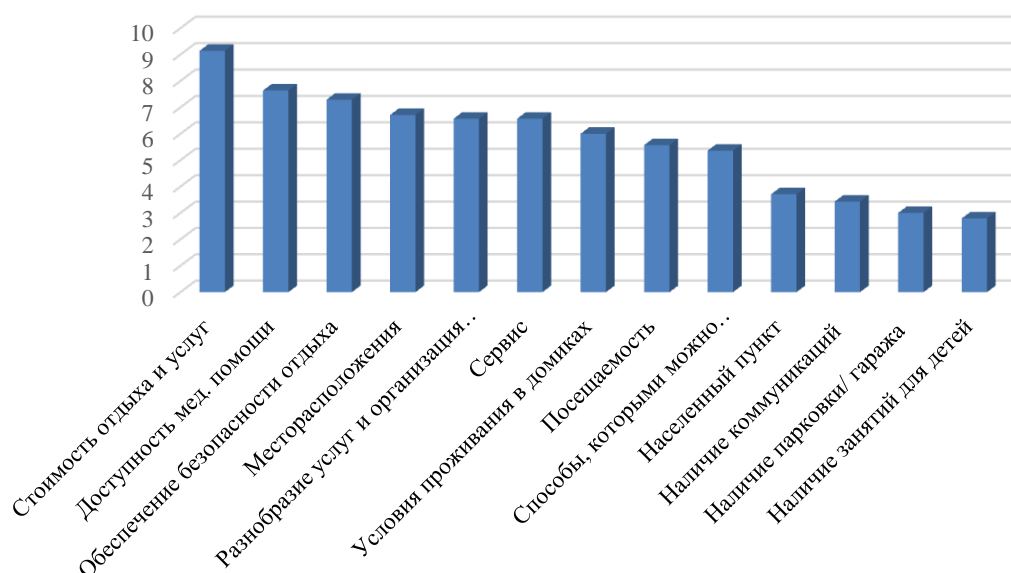


Рисунок 2.2 – Критерии выбора туристской базы отдыха в Красноярском крае

Проведенное исследование дает возможность обратить внимание на наиболее значимые параметры организации отдыха, с точки зрения туристов. Решающим критерием, формирующим потребительский выбор, является стоимостная составляющая проведения отдыха. На втором месте стоит обеспечение безопасности отдыха и доступность медпомощи. Затем потенциальные клиенты турбаз обращают внимание на удобное месторасположение объекта отдыха, характеризующиеся транспортной доступностью и близостью к центру. Далее клиентов интересует разнообразие услуг и качество сервиса. Планируемый в проекте туристический комплекс запланирован, соответствуя критериям потребительского выбора – финансовая доступность отдыха, разнообразие услуг, качественная организация отдыха и приемлемый уровень сервиса, так как основная направленность комплекса – это организация активного отдыха, безопасности уделяется соответствующее внимание. Соответствие потребностям критериям позволит не только повысить спрос среди потенциальных потребителей, но и иметь преимущество перед конкурентами.

Выводы по второй главе.

По результатам проведенного анализа отметим положительные моменты в деятельности Министерства:

- промежуточные итоги выполнения программы развития туризма регионального значения говорят об ее успешном осуществлении на данный момент, с интегральной оценкой эффективности в 136,5%, в результате чего удалось оказать помощь муниципальным образованиям, перспективным в сфере туризма и туроператорам, деятельность которых соответствует требованиям социальной направленности туризма края;

- в проекте разрабатываемой концепции развития туризма края выделены приоритетные направления развития туризма и стимулирование их развития, что может помочь субъектом туристской отрасли в определении своей

деятельности;

- оказывается поддержка муниципальным образованиям в создании туристской привлекательности территории и решении отраслевых проблем;

- существует возможность предоставления финансовой помощи субъектам отрасли для развития приоритетных направлений, такая поддержка оказана нескольким предприятиям, которые работают по направлению социального туризма.

Как отрицательные моменты можно отметить отсутствие показателей, отражающих результаты предоставленной помощи.

А также на Красноярском рынке туристических услуг отсутствуют места комплексного отдыха, где бы в одном месте были сконцентрированы разные направления туризма и отдыха, подходяще под разные возрастные группы, а главное – доступное в финансовом плане, что и является основным элементом политики Министерства – предоставление активного и культурно-познавательного отдыха по демократичным ценам, на что и планируется направить работу будущего туристического комплекса. Организовывать работу комплекса предполагается с учетом выявленных, посредством исследований, потребительских предпочтений. Выявленные характеристики потребительского спроса позволяют обратить внимание на особенности организации отдыха: наиболее удобным транспортом считается передвижение автобусом или на автомобиле, следовательно, необходимо обеспечение соответствующий инфраструктуры, с финансовой точки зрения потребители отдают предпочтение экономичному отдыху. Средства размещения стоит планировать с учетом наибольших предпочтений групповых поездок, а также поездок в паре. Наиболее востребованные виды туризма: активный, культурно-познавательный, приключенческий, в рамках которых и стоит вести основную работу по организации внутреннего туризма

Итоги проделанного анализа позволяют сделать заключение о востребованности новых мест отдыха, с качественно новым форматом организации и предоставления услуг.

3 Экономическая оценка проекта по созданию туристического комплекса и разработка мероприятий по его дальнейшей реализации

3.1 Разработка проекта по созданию туристического комплекса

3.1.1 Инициация и разработка концепции проекта

В данном разделе переходим непосредственно к описанию самого проекта и разработке мероприятий, необходимых для его воплощения в жизнь.

Начнем с разработки концепции проекта. Концепция проекта представляет собой модель проекта, в которую заключена бизнес-идея. Формирование концепции с одной стороны можно считать формализованным и типовым процессом, с другой стороны - творческим, так как каждый проект отличается уникальностью своего конечного результата. В концепции раскрывается сущность и назначение проекта, выделяются его основные цели и желаемые результаты, факторы, ведущие к этим результатам, ограничения проекта и другие составляющие, дающие основную общую информацию по проекту [32].

Разработка концепции проекта.

1) Сущность проекта: строительство туристического комплекса на реке Мане в деревне Кожелак Партизанского района Красноярского края в рамках, подпроекта, являющегося частью проекта по созданию и развитию туристско-рекреационного кластера на территории Партизанского района и близлежащих территорий. Данный проект направлен на эффективное использование туристско-рекреационного потенциала данной территории. Формирование туристско-рекреационного кластера на территории района обосновано имеющимися туристскими ресурсами: р. Мана, привлекающая своей красотой таежная местность отрогов Восточного Саяна, наличие примечательных природных объектов, разнообразный рельеф, одна из лучших экологических обстановок в Красноярском крае, богатое историческое прошлое района, сохраненная культура национальностей и малых народностей. Также район находится на весьма приемлемом расстоянии от краевого центра – около 160 км. от г. Красноярска до районного центра, с. Партизанского, путь лежит через автотрассу федерального значения «М53», на территории района проходит железнодорожная ветка «Красноярск-Абакан». Указанные факторы дают предпосылки к развитию активного, культурно-познавательного, сельского, детского, социального видов туризма. А также на туристскую привлекательность района указывает некогда проявленный интерес «Российского географического общества» к туристским ресурсам данной территории.

Данная работа посвящена разработке одной из составляющих частей кластера, подпроекта объекта активного туризма – туристского комплекса. Подпроект (далее проект) предусматривает строительство гостевых домов, бани, обеспечение соответствующих коммуникаций и инфраструктуры для их функционирования, разработку услуг комплекса.

Открытие комплекса происходит в рамках государственно-частного

партнерства: инициатива исходит от физического лица, которое инициирует и разрабатывает проект под кураторством отдела развития туризма министерства культуры и финансовой поддержке министерства. В процессе работы над проектом физ. лицо принимает статус индивидуального предпринимателя и становится владельцем и комплекса, неся за него личную ответственность перед структурами высшего уровня.

2) Потребности бизнеса, ради удовлетворения которых предпринимается проект: получение прибыли при предоставлении услуг комплекса, с учетом демократизации цен, предоставления бюджетных вариантов услуг.

3) Сфера применения проекта: туристская отрасль Красноярского края, туризм и рекреация. Описание продукта проекта: продуктом туристического комплекса является оказание туристской услуги. Подразумевается, что на начальном этапе функционирования комплекса будет предоставляться узкий спектр услуг, но с перспективой его расширения. В первоначальное предложение войдут следующие туристские продукты:

- аренда гостевых домов;
- аренда бани;
- конные и лодочные прогулки;
- сплавы;
- экскурсионные прогулки по примечательным местам окрестностей;
- интерактивные экскурсии с погружением в деревенский быт.

3) Основные цели и результаты: создание комплекса для размещения туристов, отличающегося высоким уровнем сервиса и организацией туристского отдыха на территории Красноярского края, который в перспективе приобретет статус многофункционального туристского комплекса с разными видами туристских услуг.

Для достижения данной цели необходимо: разработать проект строительства объектов туристского комплекса, сформировать первичный вариант предложения услуг комплекса, определить источники финансирования, подать заявку на целевую федеральную целевую программу развития туризма для получения гранта и поддержки, заключить контракты с поставщиками и подрядчиками, провести строительные работы, провести рекламную кампанию, организовать процесс продажи и оказания туристских услуг.

Ключевые результаты проекта:

- взять участок земли в аренду, получить разрешение на строительство;
- получить источники финансирования в виде инвестиций, субсидий, гранта;
- разработать архитектурный проект строительства зданий;
- обеспечить стройку материалами;
- возвести здания;
- обеспечить комплекс основными коммуникациями и инфраструктурой;
- провести рекламную кампанию по продвижению продукта туристического комплекса;

- нанять и подготовить персонал, который будет обеспечивать работу комплекса;

- запустить эксплуатацию комплекса, выйти на производственные мощности.

6) Ограничения проекта: проект ограничен по срокам - планируемое окончание проекта 10.08.2017 г. Крайний срок сдачи проекта 10.08.2017 г. Также имеется ограничение по стоимости: планируемая сметная стоимость – 5 755 583руб. Кроме того, объект должен соответствовать всем заявленным параметрам качества. Готовый объект должен соответствовать всем нормативам.

7) Критические факторы успеха указаны в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Критические факторы успеха

Фактор	Улучшить	Ограничить	Согласиться
Время	+		
Качество			+
Стоимость		+	

Данная таблица помогает понять, что для успешного осуществления проекта необходимо улучшить (сократить) время реализации, по возможности уменьшить его стоимость, и при том сохранить качество.

3.1.2 Жизненный цикл, участники, устав проекта

Каждый проект имеет свой жизненный цикл (промежуток времени между моментом появления, зарождения проекта и моментом его ликвидации, завершения). Фаза проекта – часть жизненного цикла, некая стадия (этап) проекта, которые состоят из работ, которые относятся примерно к одному временному промежутку и схожи между собой по характеру выполнения. Укрупненно жизненный цикл проекта можно разделить на три основных этапа: прединвестиционный; инвестиционный и эксплуатационный [33].

Таблица 3.2 - Жизненный цикл проекта

Фаза	Начало фазы	Окончание фазы	Перечень основных работ	Сложности	Выходной Документ
Прединвестиционная (Инициация и планирование)	Апрель, 2016	Август, 2016	Формирование инвестиционного замысла; разработка; анализ возможностей реализации проекта; маркетинговые исследования; выбор и согласование местоположения строящегося объекта, перечень услуг, устава проекта и предварительного содержания. Определение структуры работ; разработка проектно-сметной документации; ТЭО; получение	Проблема постановки целей проекта, определения соответствующего содержания. Сложность в оформлении рабочей документации, сборе разрешений; возможные препятствия со стороны местных органов власти Согласование сроков	Устав. Концепция. Прединвестиционное обоснование Постановление на отвод земельного участка, разрешение на строительство, архитектурно--планировочное задание; ТЭО; разрешение на производство СМР, заявка
Инвестиционная (Исполнение и контроль)	Сентябрь 2016	Июль, 2017	Получение финансирования, заключение договоров, доставка на объект материалов, машин и механизмов, проведение подготовительных работ, подведение коммуникаций, СМР по проекту, найм и обучение персонала Устранение замечаний по документации, устранение замечаний по проекту, изменения содержания	Техническая сложность при производстве работ, сбои при работе техники, задержки поставок, изменение сроков. Обеспечение соответствия выполненных работ ПСД.	Договоры с поставщиками, с подрядчиком, трудовые договоры, отчет об использовании средств. Запросы на изменение, отчеты о выполненной работе

Окончание таблицы 3.2

Фаза	Начало фазы	Окончание фазы	Перечень основных работ	Сложности	Выходной Документ
Эксплуатационная (Ввод в эксплуатацию и эксплуатация)	Июль, 2017	Август, 2017	Сдача объекта в эксплуатацию: начало функционирования комплекса, оказания услуг	Соответствие заявленным характеристикам	Акт сдачи- приемки выполненных работ.

Участники проекта – основной элемент его структуры, так как именно они обеспечивают реализацию его замысла [33]. В таблице 3.3 составлен перечень и функции основных участников проекта.

Таблица 3.3 – Основные участники проекта

Этап	Участник	Основные функции	Роль в проекте	Условия сотрудничества
Предвестийный	Внутренние			
	Отдел развития туризма министерства культуры Красноярского края, ИП «N» ООО «СтройСервис»	Сбор информации, предварительное планирование объекта, оформление документов, разработка и утверждение сметы затрат	Заказчик, инвестор, инициатор, проектировщик	Договор
	Внешние			
	Администрация Партизанского района, администрация Кожелакского СС, КУМИ, отдел управления ЖКХ Партизанского района, «Энергосбыт»	Отвод земельного участка, регистрация строительства, утверждение проектно-сметной документации	ОМСУ, архитектор, энергетика	Утверждение проекта, регистрация, договоры
Инвестиционный	Внутренние			
	ООО «СтройКом» ИП «N»	Заключение договоров на поставку, разработка планов графиков поставки ресурсов и их контроль, приобретение материалов для строительства, строительство объекта, подключение к коммуникациям, благоустройство	Генподрядчик, руководитель проекта	Договоры
	Внешние			
	ООО «Пересвет» ООО «СтройМатериалы» «Энергосбыт» Центр путешественников, ООО «ИКЕА»	Поставка оборудования и других материалов и вещей, подведение коммуникаций, обучение персонала	Поставщик оборудования, энергетика	Договоры
Ввод в эксплуатацию	Внутренние			
	Отдел развития туризма министерства культуры Красноярского края, ИП «N»	Приемка объекта, подготовка комплекса к функционированию, подготовка персонала, проведение рекламной кампании	Заказчик, инициатор проекта, руководитель проекта	Акты приема-сдачи
	Внешние			
	Отдел архитектуры и строительства администрация Партизанского района	Гос.комиссия, разработка постановления о вводе объекта в эксплуатацию	ОМСУ	Заключения органов надзора за строительством

Отношения между участниками проекта регулируются контрактами, договорами о сотрудничестве, оказании услуг, и договором подряда, заключенными в соответствии с Гражданским кодексом РФ и другими нормативно-правовыми актами.

Устав проект.

Устав проекта – это официальный документ, которые заявляет о существовании проекта и наделяет менеджера проекта необходимыми полномочиями для привлечения ресурсов необходимых для реализации проекта [33].

Таблица 3.4 - Титульная информация о проекте

Наименование проекта	Строительство жилого комплекса «Ковчег»
Планируемое время начала и окончания проекта	01.04.2016-10.08.2017
Оценка бюджета проекта	5 5755 853 рублей
Место/сфера реализации	д. Кожелак, Партизанский район, Красноярский край/ Туристская отрасль Красноярского края
Инициатор проекта	ИП «N» /(физ. лицо)
Руководитель проекта	ИП «N» /(физ. лицо)
Заказчик и спонсор–	отдел развития туризма министерство культуры Красноярского края.
Дата создания документа	07.04.2016г.

Причины инициации проекта: тенденция повышения спроса среди жителей Красноярского края на отдых внутри своего региона, факторы мировой и российской экономико-политической сферы, способствующие снижению спроса на выездной туризм и повышению востребованности бюджетного отдыха. Тенденции в обществе к активному образу жизни и отдыху. Позиционирование туризма, как одного из приоритетных направлений развития Красноярского края.

Цели проекта: создание комплекса для размещения туристов, отличающегося высоким уровнем сервиса и организации туристского отдыха на территории Красноярского края, который в последствии приобретет статус многофункционального туристского комплекса с разными видами туристских услуг.

Описание проекта: строительство туристического комплекса на реке Мане в деревне Кожелак Партизанского района Красноярского края в рамках, подпроекта, являющегося частью проекта по созданию и развитию туристско-рекреационного кластера на территории Партизанского района и близлежащих территорий. Подпроект (далее проект) предусматривает строительство гостевых домов, бани, обеспечение соответствующих коммуникаций и инфраструктуры для их функционирования, разработку услуг комплекса.

Основные параметры проекта: участок под строительство комплекса площадью 1га, участок располагается в 500м от д. Кожелак по направлению движения главной дороги на северо-запад, инфраструктура, обеспечивающая связь с участком – грунтовая дорога д. Кожелак – д. Васильевка.

Требования к проекту: запустить комплекс в эксплуатацию не позднее 10.08.2017. Уложиться в запланированную финансовую смету.

Риски проекта: наиболее вероятные риски проекта – финансовые.

3.2 Экономическая оценка проекта

3.2.1 Коммерческий и технический анализ проекта

Коммерческий анализ необходим для оценки инвестиционных проектов с точки зрения рыночных перспектив реализации продукции и услуг, предлагаемых проектом [34].

Итогом коммерческого анализа является представление о том насколько рынок готов к использованию предлагаемой продукции или услуги, каким сегментам рынка наиболее выгодно предлагать продукт проекта и какими характеристиками он должен обладать, чтобы вызвать наибольший интерес у потенциального потребителя. А также данный анализ учитывает конкурентоспособность продукта на данном рынке, оценивая его в сравнении с конкурентами.

Рассмотрим перспективность продукта данного проекта с точки зрения потребительского спроса и предпочтений, а также в сравнении с основными конкурентами.

Судя по представленному выше анализу туристской отрасли, спрос на туристские услуги в настоящее время достаточно высок, наблюдается повышенный интерес к отдыху в пределах своей страны и своего региона, особенно актуальны бюджетные варианты отдыха, предполагающие его активное проведение, оставляющее практическую и духовную ценность для потребителя. А также результаты исследований позволили выделить основные черты потребительского спроса. Сформируем более конкретное представление о потребителях, путем сегментации рынка и выбора сегментов, на которые будет нацелена работа комплекса.

Наиболее полно отвечает задачам туристской деятельности метод сегментации туристского рынка, предложенный В. Сапруновой. Этот метод базируется на составляющих компонентов спроса и предложения на туристский продукт. Сегментацию спроса предлагается проводить по географическим, социографическим и психографическим методам [36].

Географический метод: устанавливает места прибытия туристов, то есть их постоянное место нахождение и географическую цель поездки.

Социографический метод - это метод, описывающий персональные характеристики туристов (возраст, пол, семейное положение, образование и доходы); тип семьи, национальность, религиозные убеждения, наличие или отсутствие в семье личных транспортных средств.

Психографический метод - это метод, определяющий образ жизни туристов, их деятельность, интересы и мнение, характеристику личности и поведенческие особенности, а также стереотипы в отношении потребления турпродукта. Признаки представлены в таблицах 3.5, 3.6, 3.7.

Таблица 3.5 – Географические признаки сегментирования

Признак сегментирования	Сегменты рынка
Территория проживания	<p>1. Страны Европы: европейцы обычно располагают большим временем для путешествий, они стремятся больше узнать об истории и культуре посещаемого края. Европейцы, как правило не отличаются щедростью и не склонны тратить на сувениры и на само путешествие столько же, огромных денег. Они чаще торгуются и в выборе тура стремятся найти для себя более выгодные условия.</p> <p>2. Азиатские Страны: туристы из Азии путешествуют обычно небольшими группами, учтивые и спокойные. В своем арсенале всегда имеют огромный навороченный фотоаппарат и рюкзачок с кучей самых навороченных гаджетов. Всегда будут готовы помочь Вам найти зарядку для Вашей редкой модели телефона. И, конечно же, нельзя забыть о такой черте азиатов как стремление сфотографировать все и всех, что встретится у них на пути.</p> <p>3. Россия: открыты, часто излишне доверчивы, отличаются широтой души и оптимизмом, надеясь на «авось» даже в самых неподходящих ситуациях, азартны, очень любят все дешевое, а еще больше достающееся даром. Любят отдыхать с размахом, с хорошей песней и плясками. К оздоровительным мероприятиям относятся с прохладцей, потому что здоровье в России пока еще не считается главной человеческой ценностью. Старшее поколение склоняется к интеллектуальным формам досуга, среднее поколение больше предпочитает к пляжному, пассивному отдыху, а молодежь наоборот, любит активный отдых.</p>
Размер населенного пункта	<p>1. Города с населением свыше 500 000 человек: жизнь на таких территориях отличается высоким ритмом, частыми стрессами и утомлением, плохой экологией, наличием множества развлекательных мест для отдыха, большая разница в социального положения</p> <p>2. Города с населением меньше 500 000 человек: ритм жизни размеренный, экология особо не страдает, обычно, рядом природа, ограниченное разнообразие развлечений, преобладает средний класс.</p> <p>3. Сельская местность: ритм жизни спокойный, скудность развлечений, как и доходов.</p>
Географическая цель	<p>1. Знакомство с природой и природными объектами: активный отдых</p> <p>2. Знакомство с культурой и культурными достопримечательностями: размеренный познавательный отдых.</p> <p>3. Смена обстановки: необходимость сменить привычное условия быта, имея на то возможность, мероприятия в путешествии определяются «на ходу по настроению».</p> <p>4. Деловые цели: поездка состоялась по рабочим целям, но по пути хочется «познакомиться» с местом.</p>

Таблица 3.6 - Социографические признаки сегментирования

Признак сегментирования	Сегменты рынка
Возраст	<p>1. Дети до 15 лет: они, как правило, путешествуют с родителями, которые принимают за них решение о поездке.</p> <p>2. Молодежь от 16 до 24 лет: они располагают собственными, обычно очень ограниченными средствами на поездку, в большинстве случаев путешествуют компаниями друзей, приверженцы активного отдыха.</p> <p>3. Люди среднего возраста 25 – 44 лет: экономически активные люди. Они имеют семьи и с ними проводят свободное время. Модель туристского поведения лиц этой группы складывается в значительной степени под влиянием потребностей и интересов их детей.</p> <p>4. Люди среднего и старшего возраста 45-60: они еще сохраняют экономическую активность, но, в отличие от предшествующей группы, в большинстве случаев не обременены заботой о детях, выезжают парами или небольшими компаниями друзей.</p> <p>5. Люди пожилого возраста от 60 лет: главным образом неработающие пенсионеры, любители спокойного познавательного отдыха.</p>

Окончание таблицы 3.6

Признак сегментирования	Сегменты рынка
Семейное положение	<p>1. Молодежь – одинокие: в поисках приключений, новых ощущений и знакомств, предпочитают активный отдых, ограничены в финансах.</p> <p>2. Молодежь - семейные без детей: активный - размеренный отдых, познавательные цели, чаще всего имеют финансовые ограничения.</p> <p>3. Молодежь - семейные с маленькими детьми: нужны развлечения, которые можно совмещать с детьми, а также подходящие условия, денег, чаще всего, не много.</p> <p>4. Люди среднего возраста – одинокие: отдыхают в небольшой компании друзей, или индивидуально, активно- умеренный отдых, в поисках новых знакомств и эмоций, выбирают дорогие развлечения.</p> <p>5. Люди среднего возраста - семейные без детей: отдыхают парами или небольшими компаниями друзей, активно- умеренный отдых, выбирают дорогие развлечения.</p> <p>6. Люди среднего возраста - с детьми: в большинстве случаев взрослые и дети разделяются при выборе занятий и развлечений, финансовых ограничений чаще всего нет.</p> <p>7. Люди пожилого возраста – семейные: познавательный характер путешествий, достаточное количество средств.</p> <p>8. Люди пожилого возраста – одинокие: познавательный характер путешествий, любят групповые экскурсии и досуг, достаточное количество средств.</p>
Уровень жизни	<p>1. Люди с небольшим достатком: Редко позволяют себе путешествие, на которое копят долгое время. Выбирают экономичные условия отдыха. Для этого сегмента туристского рынка не характерно стремление к резкой смене впечатлений. Основной принцип - за свои деньги получить все сполна.</p> <p>2. Люди, имеющие средний достаток: Основной целью путешествий для них является отдых в сочетании с познавательным интересом, при этом в выборе места отдыха второй мотив превалирует. Как уже отмечалось, первым мотивом их путешествия является отдых, но отдых активный, дающий возможность заниматься спортом, совершать экскурсии, посещать театры и концерты. К этому сегменту рынка относятся любители дальних путешествий, проявляющие интерес к культуре и обычаям посещаемой страны. Поскольку у этих туристов познавательный мотив преобладает, то они могут примириться с отсутствием комфорта при посещении интересующего их региона. Однако это вовсе не означает, что туристы данного сегмента вообще не требовательны к качеству размещения и питания.</p> <p>3. Люди с достатком выше среднего: интересуются познавательными поездками, стремясь к смене впечатлений. Для этого сегмента интерес представляют дальние путешествия продолжительностью 2-3 недели. Туристы интересуются сувенирами. Причем это могут быть дорогостоящие изделия, свидетельствующие о том, что люди совершили далекое экзотическое путешествие.</p> <p>4. Богатые люди: могут позволить себе роскошный отдых, его удаленность, продолжительность и стоимость особого значения не имеют, после того, как пресытятся роскошью и комфортабельными условиями, ищут новых экзотических впечатлений, ищут эксклюзивность. Не могут отказаться от комфорта условий проживания.</p>

Таблица 3.7 – Психографические признаки сегментирования

Признак сегментирования	Сегменты рынка
Мотив поездки	<p>1. Маршрутно-познавательный: включает поездки людей в целях ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями.</p> <p>2. Спортивно-оздоровительный: занятие спортивными направлениями туризма, получение навыков и удовольствия от процесса;</p> <p>3. Курортно – лечебный: спокойный отдых, сопутствующий улучшению здоровья.</p> <p>4. Экологический: отдых в экологически чистом месте.</p> <p>5. Охотничий</p> <p>6. Шоп- туризм</p> <p>7. Религиозный: передвижения людей к святым местам с целью посещения храмов и монастырей в дни религиозных праздников или для замаливания грехов.</p> <p>8. Учебный: с целью получения или улучшения своих знаний. Наиболее распространенные - изучение иностранного языка и культуры.</p> <p>9. Этнический: посещение исторических истоков, изучение быта и обычаев.</p>

Окончание таблицы 3.7

Признак сегментирования	Сегменты рынка
Стиль жизни	<p>1. Погруженный в себя искатель наслаждений. Молодой человек, выполняющий монотонную, неинтересную работу, ищет удовлетворения от различных видов деятельности на свежем воздухе. Любит ходить на рыбалку и охоту, играть в баскетбол. У него приличный доход, но все решения о покупках принимаются спонтанно, он не планирует свою жизнь на долгую перспективу. Он постоянный зритель активных программ телевидения.</p> <p>2. Активная и целеустремленная личность. Использует все свои способности и энергию с целью достижения повышения по службе, имеет большой интерес к своей работе, с современными взглядами на многие стороны жизни, уверенная в себе личность. Пребывает в постоянном поиске новых ощущений. Читает журналы, чтобы постоянно быть в курсе событий. Зритель развлекательных шоу и сводок последних новостей.</p> <p>3. Деловая личность. Имеет больше свободных денежных средств для дорогого отдыха. Предпочитает перемещаться на небольшие расстояния, менее мобильна. Является поклонником деловых журналов, газет, зрителем сводок новостей, телевизионных программ о путешествиях и природе.</p> <p>4. Синие воротнички. Проживают в городах и пригородах больших городов. Предпочитают отдых с семьей в палатках. Любят охоту и рыбалку. Предпочитают спортивные программы.</p> <p>5. Традиционный домосед. Не способен идти в ногу со временем. Пытается извлечь пользу из каждого потраченного им рубля. Избегает всего, что связано с риском, не будет делать покупок в кредит. Постоянный зритель телевизионных комедий.</p>
Форма поездки	<p>1. Индивидуальная: человек отправляется в путешествие один с целью отдохнуть от привычного окружения, побыть наедине с природой и своими мыслями, а также в поисках новых знакомств и приключений.</p> <p>2. Семейная: это способ сменить привычные условия быта на новую обстановку, возможность еще больше сблизиться взрослым и детям, пережить вместе массу положительных эмоций, набраться новых впечатлений.</p> <p>3. В компании друзей: люди готовые к веселому и активному времяпровождению, поиску приключений.</p> <p>4. В паре: люди настроены провести время вдвоем, требуется уединение</p>

На основании признаков можно сформировать множество сегментов рынка. Исходя из специфики нашей области туризма, выберем те сегменты, характеристика которых вписывается в рамки данной направленности туризма и наших возможностей.

По географическим признакам.

Территория проживания: ориентируемся на жителей России, преимущественно на Красноярский край. Возможно привлечение иностранных туристов из стран Европы: Германия, Австрия, азиатских стран: Корея, Китай.

По размеру населенного пункта: преимущественно жители крупных городов с населением свыше 500 000 человек.

По географической цели: знакомство с природой и природными объектами: активный отдых; смена обстановки: необходимость сменить привычные условия быта, имея на то возможность, мероприятия в путешествии определяются «на ходу по настроению».

По социографическим признакам.

Возраст: из возрастных категорий выделяем первые 4, предполагая, что представители 5 категории (старше 60 лет) вряд ли окажутся готовы к предлагаемому отдыху.

Семейное положение: молодежь – одинокие; молодежь - семейные с маленькими детьми; молодежь - семейные без детей; люди среднего возраста -

одиноким; люди среднего возраста - семейные без детей; люди среднего возраста - с детьми.

Уровень жизни: люди с небольшим достатком; люди, имеющие средний достаток; люди с достатком выше среднего.

По психографическим признакам.

Мотив поездки: маршрутно-познавательный; спортивно-оздоровительный; экологический.

Стиль жизни: погруженный в себя искатель наслаждений; активная и целеустремленная личность; синие воротнички.

Форма поездки: индивидуальная; семейная; в компании друзей; в паре.

В результате сегментирования выбрано большое количество сегментов рынка, которые потенциально могут быть заинтересованы в услугах комплекса, среди которых нужно продвигать свое предложение. Однако же данная сегментация имеет весьма условные границы и для большего понимания потенциальной клиентуры, определим профили потенциальных клиентов.

1) Группа молодых людей с активной жизненной позицией, не представляющих свою жизнь без природных красот, спорта и активного отдыха. Они стремятся посетить новые места, попробовать новые занятия, получить навыки какого-либо интересного ему дела, познакомиться с новыми людьми. Финансы, которыми они располагают - ограничены, комфорт и удобства особо не интересуют.

2) Группа людей среднего возраста желающих весело отдохнуть вблизи к природе, финансовое положение на среднем уровне. Главное, что их интересует – это удобное и доступное расположение места отдыха, простор и минимальный выбор сопутствующих отдыху занятий.

3) Семейный человек среднего возраста – утомление и стресс от привычного быстрого ритма жизни уже подходят к черте и пора бы устроить себе несколько выходных. Финансы вполне могут позволить ему поездку на популярный пляжный курорт, но времени на то не так уж и много, да и хочется просто отдохнуть на свежем воздухе, вдали от цивилизации в тишине и спокойствии.

4) Семья активистов, любители активного отдыха. Такие люди все время и деньги, выделенные для отдыха, посвящают поиску новых впечатлений на природе, посещая примечательные природные объекты и соответствующие их запросам места отдыха. Они готовы культурно обогащаться при возможности и знакомиться с новыми видами занятий и увлечений.

5) Человек среднего возраста, имеющий высокий достаток, уже посетивший многие известные курорты ему нужны совершенно новые впечатления и тянет на «экзотику», под что вполне подойдет отдых на природе и посвящение в деревенскую жизнь и присущие ей занятия, хотя условий проживания все-таки хочется покомфортнее, за что готов заплатить.

6) Иностранец, посетивший Сибирь. Иностранные туристы, приехавшие в Россию, как правило, наедятся ощутить ее колорит, что лучше всего сделать рядом с природой и деревней. Это довольно редкий клиент, и

зависимости от национальности иностранный турист обладает определенным темпераментом, который определяет некоторый круг его требований к условиям проживания и организации отдыха.

Составленные профили нужны для понимания того, с кем придется работать и какой подход применять к клиенту для лучшего удовлетворения его потребительских потребностей. Данные описания также являются условными.

Далее необходимо получить представление о потенциальных конкурентах.

На сегодняшний день туристская отрасль Красноярского края насчитывает 224 турагентства, 42 турбазы. Конкурентов целесообразно разделить на две группы: компании, занимающиеся предоставлением услуг выездного туризма, и компании, организующие отдых в пределах края. Как правило, к первой группе относятся, в основном, туристические агентства, ко второй, по большому счету, разного рода базы отдыха. В качестве основных конкурентов, естественно, выступают базы отдыха, такие как: «Маяк», «Мана», «Баня на диване», «Берендей», «Манская заимка», «Снежная долина», «Адмирал», «Такмак Spa Hotel», «Дружба», «Зурбаган» и еще несколько, уже менее конкурентоспособных. Преимущества указанных организаций состоит в их близости по отношению к г. Красноярску, практически все находятся либо вблизи черты города, либо в пределах 30-80 километров, почти все базы имеют место расположения на реке Мана или заливах Красноярского моря, находятся в западном направлении относительно Красноярска, в стороне п. Усть-Мана, г. Дивногорск. Ассортимент услуг представленных организаций довольно разнообразнее, но, тем не менее, стандартный: аренда домиков, баня, сауна, прокат техники, спортивного инвентаря, оборудованные спортивные площадки, некоторые выделяются предоставлением оздоровительных процедур. По рейтингу посещаемости выделяются три основных конкурента на данном рынке, их оценка представлена в сравнительной таблице. Оценка проводится по основным критериям выбора турбазы на основании рейтинга и отзывов места отдыха. Оценка туркомплекса выставляется исходя из его предполагаемых плановых характеристик.

Таблица 3.8 – Оценка конкурентов

№ п/п	Параметры оценки	Вес	Балл			
			Туристический комплекс	«Маяк»	«Манский плес»	«Берендей»
1	Стоимость отдыха и услуг	0,15	5	4	5	4
2	Доступность мед. Помощи	0,12	3	4	5	5
3	Обеспечение безопасности отдыха	0,12	5	5	4	5

Окончание таблицы 3.8

№ п/п	Параметры оценки	Вес	Балл			
			Туристический комплекс	«Маяк»	«Манский плес»	«Берендей»
4	Месторасположения (удаленность от центра, примечательность местности)	0,1	3	5	4	5
5	Разнообразие услуг и организация активного отдыха (услуги инструкторов, проводников)	0,1	5	5	3	4
6	Сервис (питание, чистота, предоставление инвентаря для активного отдыха)	0,09	5	4	5	4
7	Условия проживания в домиках (комфорт, кол-во спальных мест, благоустройство, дизайн)	0,08	4	5	4	5
8	Посещаемость	0,07	0	5	5	5
9	Способы, которыми можно добраться до базы (личный транспорт, ж/д, рейсовый автобус)	0,06	3	5	4	5
10	Населенный пункт, близь которого (в котором) располагается турбаза	0,04	5	4	4	4
11	Наличие коммуникаций (тел. связь, интернет, телевидение)	0,03	3	4	3	4
12	Наличие парковки/ гаража для автомобиля	0,02	3	3	2	4
13	Наличие занятий для детей	0,02	4	3	3	4
Итого		1	48	56	51	58
Средневзвешенный балл			3,89	4,49	4,24	4,55

Полученные оценки указывают на относительно равную конкурентную позицию основных конкурентов, туркомплекс на данный момент уступает в конкурентоспособности, так как это новый, малоизвестный объект отдыха.

Перейдем к техническому анализу.

Главная задача технического анализа проекта – это оценить, насколько выполнима технология проекта в данных условиях, при наличии определенных ресурсов. Техническая реализуемость проекта определяется характеристиками ряда факторов. Проведем оценку этих факторов относительно места осуществления.

1) Специалисты и рабочие. Для разработки технической части проекта – архитектурно-планировочной части привлекаются специалисты соответствующей организации, имеющих опыты работы в этой сфере. Для воплощения архитектурного проекта – строительства комплекса задействуется местная подрядно-строительная организация, имеющая соответствующую технику и инструмент для выполнения строительно-монтажных работ. В качестве будущих работников комплекса планируется привлекать местных жителей. Уровень безработицы данной местности указывает на наличие достаточных трудовых ресурсов. Компетентность трудовых ресурсов состоит в знании местности и занятий, планируемых в качестве услуг комплекса, а также будет включать обучение.

2) Институциональные условия. Туризм на данный момент является одним из основных направлений развития края. Обновление нормативно-правовой базы данной отрасли находится в стадии разработки, но тем не менее возможность получения поддержки государства есть. Местным органам власти выгодно появление новой бизнес-единицы. Факторы макроокружения в виде обязательных отчислений представлены в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Макроокружение проекта

Показатель	Значение
Ставка рефинансирования	0,0825
Налог на прибыль	0,2
Налог на земельный участок	0,15
Налог на имущество	0,022
Отчисления в ФОТ	0,26
Годовой индекс инфляции	0,11

3) Окружающая среда и климат. Экологическая обстановка в районе строительства комплекса является одной из самых благоприятных в Красноярском крае. В окрестностях деревни есть необходимые природно-ландшафтные ресурсы для организации активного отдыха: р. Мана, привлекающая своей красотой таежная местность отрогов Восточного Саяна, наличие примечательных природных объектов, разнообразный рельеф. Климат резко континентальный, характерны сильные колебания температур воздуха в течение года. Зимы продолжительные и холодные, лето жаркое и короткое, быстрая смена температур. Средняя температура января -20°C , в июле соответственно $+20^{\circ}\text{C}$.

4) Инфраструктура. Основным звеном инфраструктуры до места расположения туркомплекса от г. Красноярска является автотрасса «М53» до сворота на г. Уяр, протяженностью 200км., из которых 150 км. – асфальтирование покрытие, 50км. – грунтовая дорога. Маршрутные автобусы проходят от г. Красноярска до д. Новопокровка, после чего до д. Кожелак остается еще 30км., без обеспечения общественного транспорта, такая же ситуация с железнодорожным транспортом, идущим по ветке Красноярск – Абакан. Уровень придорожного сервиса низкий. Есть возможность сократить путь с 200км. до 100км., по автотрассе Красноярск-Шалинское-Голубовка-Кожелак, но участок этой дороги, протяженностью около 15 км. требует ремонта, что возможно в случае заинтересованности высших структур.

5) Технология и ресурсное обеспечение. Туристический комплекс предполагает строительство трех гостевых домов двухэтажных и бани, все из оцилиндрованного бревна, что технологически выполнимо без затруднений. Выбор технологии, с учетом заявленных характеристик, лежит на генпроектировщике. Необходимый строительный инструмент, машины и оборудование будут обеспечены генподрядчиком. Часть строительных материалов находится в населенном пункте или населенном пункте, часть материалов и предметов комплектации будет поставляться из г. Красноярска.

Проведенный анализ указывает на коммерческую и техническую реализуемость проекта. А также получено более точное представление о рынке, на котором предстоит вести работу и закреплять свою конкурентную позицию, о целевой аудитории, на которую в первую очередь будет направлен продукт комплекса и условиях, в которых будет происходить реализация проекта.

3.2.2 Финансовый и экономический анализ проекта

3.2.2.1 Оценка финансовой реализуемости проекта

Финансовая реализуемость проекта определяется возможностью обеспечить финансирование затрат на его выполнение. Средства на реализацию проекта планируется получить в рамках государственно-частного партнерства, из федерального и краевого бюджета через участие в федеральной целевой программе, при поддержке и заинтересованности министерства культуры края, что дает гарантию получения средств. После подачи заявки на участие в ФЦП, получение средств возможно по истечению месяца. Общая потребность в финансировании 5 755 583 руб. Часть работ выполняется за счет средств физического лица – закрепление земельного участка и регистрация предприятия, на сумму 41 700 руб., 5 713 883 должно быть выделено из федерального бюджета.

Потребность в финансировании определена на основании смет на проведение СМР по четырем объектам комплекса, комплектации помещений, благоустройство территории (Приложение А, Приложение Б) и административных издержек на выполнение предпроектных работ. В целом финансовые потоки по проекту рассчитаны на 4,5 года, с учетом прединвестиционного, инвестиционного этапа, ввода объекта в эксплуатацию и его функционирование. Затраты и денежные поступления начала эксплуатационного периода приведены на основании производственного плана (Приложение В). По итогу получен Расчет денежных потоков (Cash Flow) – таблица 3.10.

Положительное сальдо денежных потоков говорит о финансовой реализуемости проекта, что говорит о достаточном финансировании потребностей на реализацию проекта, и способности эффектов его операционной деятельности покрывать текущие затраты.

Следовательно, проект способен принести определенный эффект своему окружению и пользователю его результатов. Для количественного определения эффекта выполним оценку эффективности проекта.

Таблица 3.10 – Расчет денежных потоков (Cash Flow)

Показатель (тыс. руб.)	2016 год		2017 год				2018 год				2019 год				2020 год			
	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Выручка от продаж					386100	772200	1040400	1407600	1652400	856800	1040400	1407600	1652400	856800	1040400	1407600	1652400	1040400
Оплата труда с начислениями					-293550	-352260	-352260	352260	422712	422712	422712	422712	549526	549526	549526	549526	604478	604478
Операционные расходы					-15000	-30000	-30000	-30000	-24600	-24600	-24600	-24600	-26640	-26640	-26640	-26640	33696	33696
Амортизационные отчисления					-9976	-19951	-19951	-19951	-19951	-19951	-19951	-19951	-19951	-19951	-19951	-19951	19951	19951
Налог на имущество					-7383	-14765	-14765	-14765	-14554	-14554	-14554	-14554	-14344	-14344	-14344	-14344	14133	14133
Прибыль до уплаты налога					60192	355223	623423	990623	1170582	374982	558582	925782	1041939	246339	429939	797139	980142	368142
Налог на прибыль					-12038	-71045	-124685	198125	234116	74996	111716	185156	208388	49268	-85988	159428	196028	73628
Проектируемый чистый доход					48153	284179	498739	792499	936466	299986	446866	740626	833552	197072	343952	637712	784113	294513
Денежные средства от операционной деятельности					48153	284179	498739	792499	936466	299986	446866	740626	833552	197072	343952	637712	784113	294513
Строительно-монтажные работы	-626189	-994209	-1126420	-1527825	-1120840													
Административные расходы	-123500	-5600	-47000	-87000	-97000													
Денежные средства от инвестиционной деятельности	-749689	-999809	-1173420	-1614825	-1217840													
Собственный капитал	41700																	
Государственная субсидия	5713883																	

Продолжение таблицы 3.10

Показатель (тыс. руб.)	2016 год		2017 год				2018 год				2019 год				2020 год			
	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Денежные средства от финансовой деятельности	575558 3																	
Денежные средства на начало периода		500589 4	409494 5	310998 5	178441 8	86146 1	11444 98	161761 6	237585 3	327230 6	355099 9	397225 2	467862 6	547217 3	564796 0	5966307	65697 75	73138 92
Изменения в денежных средствах	500589 4	- 910949	-984960	- 132556 7	- 922957	28303 8	47311 8	758238	896453	278693	421253	706373	793547	175787	318347	603467	74411 8	26891 8
Денежные средства на конец периода	500589 4	409494 5	310998 5	178441 8	861461	11444 98	16176 16	237585 3	327230 6	355099 9	397225 2	467862 6	547217 3	564796 0	596630 7	6569775	73138 92	75828 10

3.2.2.2 Оценка эффективности проекта

Выполним оценку эффективности проекта в целом и общественной эффективности. Эффективность проекта в целом оценивается для определения потенциальной привлекательности инвестиционного проекта для возможных участников и поиска источников его. Оценка общественной эффективности позволяет проверить, насколько целесообразно выделение ресурсов на проект с точки зрения общества финансирования [37].

Эффективность проекта оценивается с помощью основных инструментов проектного анализа: NPV – чистая приведенная стоимость проекта, IRR – внутренняя ставка доходности, определяющая ставку дисконта, при которой значение NPV = 0, DPBP – дисконтированный срок окупаемости проекта, PI – индекс доходности инвестиций.

Для расчета этих показателей необходимо определить ставку дисконтирования. Для чего воспользуемся кумулятивным методом, выраженным в формуле:

$$d = d_{БР} + R_{риска}, \quad (3.1)$$

где $d_{БР}$ – безрисковая ставка дисконтирования,

$R_{риска}$ – премия за риск.

В качестве безрисковой ставки дисконтирования рекомендуется использовать ставку, определенную по бескупонной доходности облигаций федерального займа со сроком до погашения, равным сроку, на который прогнозируются денежные потоки проекта. Бескупонная доходность в соответствии с графиком определяется на уровне 6,60% [38].

Для определения премии за риск воспользуемся методикой, изложенной в «Положении об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов бюджета развития Российской Федерации» (утверждено Постановлением Правительства РФ №1470. Согласно методике, данный проект соответствует типу проектов «Производство и продвижение на рынок нового продукта», и премия за риск оставляет 15% [39].

Таким образом, ставка дисконтирования равна:

$$d = d_{бр} + r_{риск} = 6,6 + 15 = 21,6\%.$$

Далее обратимся к таблице 3.11, в которой приведен расчет эффективности проекта в целом.

Таблица 3.11 – Оценка коммерческой эффективности проекта в целом

Показатель (тыс. руб.)	2016		2017				2018				2019				2020			
	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Денежный поток от операционной деятельности					47583	28303 8	47311 8	75823 8	89645 3	27869 3	42125 3	70637 3	79354 7	17578 7	31834 7	60346 7	74411 8	26891 8
Денежный поток от инвестиционной деятельности	- 749689	- 910949	- 984960	- 132556 7	- 970540													
Суммарный денежный поток	- 749689	- 910949	- 984960	- 132556 7	- 922957	28303 8	47311 8	75823 8	89645 3	27869 3	42125 3	70637 3	79354 7	17578 7	31834 7	60346 7	74411 8	26891 8
Коэффициент дисконта	1,0000	0,9533	0,9088	0,8663	0,8258	0,787 3	0,750 5	0,715 4	0,682 0	0,650 2	0,619 8	0,590 8	0,563 2	0,536 9	0,511 9	0,487 9	0,465 1	0,443 4
Дисконтированный поток реальных денег	- 749688	- 910948	- 984959	- 132556 6	- 922956	28303 8	47311 8	75823 8	89645 4	27869 4	42125 4	70637 4	79354 8	17578 8	31834 8	60346 8	74411 8	26891 8

$NPV=1827239$ руб.

$IRR=28\%$

$PI=1,4$

$DPBP=3,4$

Положительное значение чистой приведенной стоимости говорит о реализуемости проекта, внутренняя норма рентабельности превышает ставку дисконтирования, что также указывает на эффективность проекта, индекс рентабельности превышает единицу, что означает возможность возмещения затрат по проекту и получение прибыли. Возместить вложения удастся по истечению трех с половиной, при этом получение выручки длится два с половиной года, спустя год после проведения СМР. На сколько приемлем данный срок, можно судить по специфике отрасли – в туризме это показатель очень размытый, так как многие проекты имеют достаточно большой срок окупаемости – более пяти лет, но в тоже время некоторые проекты окупаются за год или полтора года, поэтому прием полученный срок по данному проекту, как нечто среднее для отрасли.

Далее обратимся к таблице 3.12, где представлена оценка общественной эффективности.

Итоги расчета :

$NPV=1105642$ руб.

$IRR=19\%$

$PI=1,5$

$DPBP=3,7$

Показатели общественной эффективности ниже, чем проекта в целом, это связано с тем, что основным критерием данной оценки были затраты на создание рабочих мест, на начальном этапе количество рабочих мест невелико, но в перспективе будет их увеличение. Тем не менее, положительное значение NPV и значение PI больше единицы указывают на жизнеспособность проекта. Но сомнения вызывает норма доходности, значение которой ниже ставки дисконтирования.

Таблица 3.12 – Оценка общественной эффективности

Наименование показателя	Значение показателя по периодам																	
	2016 год		2017 год				2018 год				2019 год				2020 год			
	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Выручка от продаж конечной продукции					38610 0	77220 0	10098 00	13662 00	16038 00	83160 0	10098 00	13662 00	16038 00	83160 0	10098 00	13662 00	16038 00	10098 00
Выручка от реализации выбывающего имущества																		
Материальные затраты на реализацию проекта					- 15000	- 30000	-30000	-30000	-24600	- 24600	-24600	-24600	-26640	- 26640	-26640	-26640	-33696	-33696
Оплата труда с начислениями					- 29355 0	- 35226 0	- 35226 0	- 35226 0	- 42271 2	- 42271 2	- 42271 2	- 42271 2	- 54952 6	- 54952 6	- 54952 6	- 54952 6	- 60447 8	- 60447 8
Косвенные финансовые результаты:																		
уменьшение бюджетных затрат на создание эквивалентного количества рабочих мест					94000													
Денежный поток от операционной деятельности					17155 0	38994 0	62754 0	98394 0	11564 88	38428 8	56248 8	91888 8	10276 34	25543 4	43363 4	79003 4	96562 6	37162 6
Вложения в основные средства	- 74968 9	- 91094 9	- 98496 0	- 132556 7	- 87654 0													

Продолжение таблицы 3.12

Наименование показателя	Значение показателя по периодам																	
	2016 год		2017 год				2018 год				2019 год				2020 год			
	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Денежный поток от инвестиционной деятельности	- 74968 9	- 91094 9	- 98496 0	- 13255 67	- 87654 0													
Денежный поток проекта	- 74968 9	- 91094 9	- 98496 0	- 13255 67	- 70499 0	3899 40	6275 40	9839 40	11564 88	3842 88	5624 88	9188 88	10276 34	2554 34	4336 34	7900 34	9656 26	3716 26
Коэффициент дисконта	1,000 0	0,953 3	0,908 8	0,8663	0,825 8	0,787 3	0,750 5	0,715 4	0,682 0	0,650 2	0,619 8	0,590 8	0,563 2	0,536 9	0,511 9	0,487 9	0,465 1	0,443 4
Дисконтированный денежный поток	- 74968 9	- 86839 8	- 89509 2	- 11483 53	- 58221 2	3069 87	4709 65	7039 47	78874 6	2498 49	3486 25	5429 15	57880 6	1371 51	2219 56	3854 90	4491 60	1647 87

Далее был проведен анализ социальной эффективности проекта.

Социальная эффективность понимается как положительное последствие от реализации инвестиционного проекта для населения, которое выражается в улучшении качества жизни при увеличении объема или предложения новых услуг, повышения доступности, своевременности и регулярности их предоставления.

Оценка социальной эффективности осуществляется с помощью системы показателей социальной эффективности проекта. Социальная эффективность рассчитывается путем взвешенной оценки, формирующих ее показателей.

Показатели и критерии оценки представлены в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – Показатели социальной эффективности проекта

Показатель социальной эффективности	Вес показателя	Содержание показателя	Значение показателя, %
Степень социальной направленности проекта			
1. Приоритетность. Соответствие цели ИП приоритетам, целям и стратегии социально-экономического развития МО	0,15	Соответствуют	100
		частично соответствуют	50
		не соответствуют	0
2. Обеспечение услугами. Уровень обеспеченности МО услугами, предусмотренными ИП, до его реализации от среднероссийского уровня	0,25	менее 50%	100
		от 50 до 75%	60
		от 75 до 100%	30
3. Отраслевая принадлежность. Отрасль, к которой принадлежит социальная проблема, решаемая при реализации ИП	0,4	образование, здравоохранение, социальная защита населения, культура, физическая культура	100
		ЖКХ	70
		Благоустройство	40
		транспорт, энергетика, связь	20
4. Охват результатами проекта. Население, использующее результаты реализации ИП	0,2	все население МО	100
		не менее 50% населения МО	80
		не менее 25% населения МО	60
		не менее 2% населения МО	40
		менее 2% населения МО	20
Степень влияния результатов реализации ИП на жизнь населения			
1. Цены на услуги по сравнению с ценами конкурентов	0,24	ниже не менее чем на 30%	100
		ниже не менее чем на 15%	75
		сопоставимые цены	25
2. Повышение уровня занятости. Увеличение рабочих мест при реализации ИП к численности занятых в экономике области	0,13	не менее чем на 0,1%	100
		не менее чем на 0,05%	75
		менее чем на 0,05%	40

Окончание таблицы 3.13

Показатель социальной эффективности	Вес показателя	Содержание показателя	Значение показателя, %
3. Влияние на объем услуг Возможность предоставления населению МО социальных услуг в результате реализации проекта	0,45	Ранее не предоставлявшаяся услуга	100
		Существенно увеличен объем социальной услуги, потребность в которой возрастает	50
4. Влияние на качество услуг в результате реализации проекта	0,19	Повысится качество и технология оказания социальных услуг населению	100
		Повысится качество оказания социальных услуг населению	70
		Усовершенствуется технология оказания социальных услуг населению	30
Финансовое обеспечение и сроки реализации ИП			
1. Обеспеченность финансированием Степень обеспеченности финансовыми средствами на момент возможного включения в адресную инвестиционную программу Мурманской области	0,25	не менее чем на 90%	100
		не менее чем на 50%	75
		не менее чем на 30%	50
		новый ИП может быть профинансирован в течение 1 фин. Года	25
2. Реализация принципов софинансирования Степень обеспеченности финансовыми средствами на момент возможного включения в адресную инвестиционную программу Мурманской области	0,45	ИП предполагает привлечение средств федерального бюджета	100
		ИП предполагает привлечение внебюджетных средств	50
3. Ввод в эксплуатацию объектов основных средств	0,16	в текущем фин. Году	70
		в текущем фин. году не предусмотрен	0
4. Состояние завершенности объекта	0,14	работы, оканчивающиеся в очередном фин. Году	100
		работы продолжающиеся, со степенью готовности более 90%	50
		работы продолжающиеся, не завершенные в очередном фин. году	25

На основании содержания показателей, характерных для данного проекта, выполним оценку каждого показателя и рассчитаем их общий эффект, являющийся социальной полезностью проекта. Выбор значений показателей представлен в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Показатели социальной эффективности проекта

Показатель	Вес	Значение (%)	Взвешенное значение (%)
Приоритетность	0,15	100	15
2. Обеспеченность услугами	0,25	100	25
3. Отраслевая принадлежность проекта	0,4	100	40
4. Охват результатами проекта	0,2	40	8
ИТОГО:			88
Степень влияния результатов реализации ИП на жизнь населения			
1. Цены на услуги по сравнению с ценами конкурентов	0,24	25	6
2. Повышение уровня занятости населения	0,13	75	9,75
3. Влияние на объем услуг	0,45	75	33,75
4. Влияние на качество услуг в результате реализации проекта	0,19	70	13,3
ИТОГО:			62,8
Финансовое обеспечение и сроки реализации ИП			
1. Обеспеченность финансированием	0,25	100	25
2. Реализация принципов софинансирования	0,45	100	45

Окончание таблицы 3.14.

Показатель	Вес	Значение (%)	Взвешенное значение (%)
3. Ввод в эксплуатацию объектов основных средств	0,16	0	0
4. Состояние завершенности объекта	0,14	25	3,5
ИТОГО:			73,5

Средневзвешенная оценка социальной эффективности проекта равна:
 $(88\% + 62,8\% + 73,5\%) / 3 = 75\%$

В целом с позиции коммерческой эффективности проекта можно сделать вывод о его реализуемости, но с учетом повышенного риска, как именно проявляется риск – определим с помощью оценки рисков проекта.

3.2.3 Оценка рисков проекта

При расчете эффективности проекта стоит учитывать неопределенность и риск, с которыми непосредственно связана реализация проекта.

В целях оценки устойчивости и эффективности проекта в условиях неопределенности и риска, проведем оценку рисков с помощью анализа чувствительности и методом сценариев.

Анализ чувствительности проекта проводится с целью учета и прогноза влияния изменения входных параметров инвестиционного проекта на результирующие показатели [33].

Проведем анализ чувствительности основного показателя эффективности – NPV. Факторы, оказывающие факторы на изменение ключевого показателя это стоимость строительно-монтажных работ и выручка от реализации. Изменения эффективности в целом и общественной эффективности при негативном изменении влияющих факторов представлены в таблице 3. 13.

Таблица 3.13 – Анализ чувствительности NPV

Показатели	Значение NPV	
	Эффективность проекта в целом	Общественная эффективность
Без изменений	1827239	1105642
Уменьшение выручки на 10%	565583	159968
Увеличение стоимости СМР на 10%	1369079	692042

Изменение эффективности проекта в целом отображается на рисунке 3.1. NPV способно выдержать около 23% изменения выручки и более 30% изменения стоимости СМР.

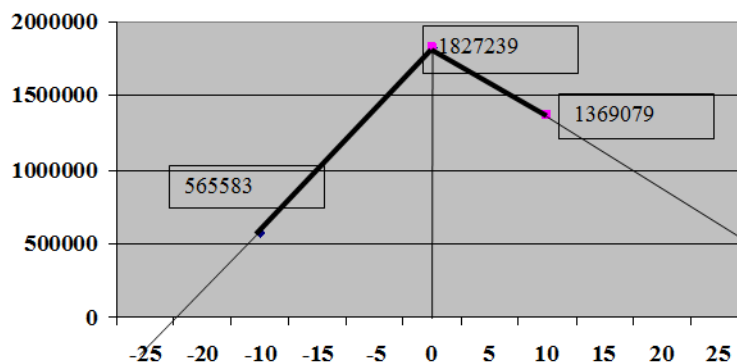


Рисунок 3.1 – Анализ чувствительности эффективности проекта в целом

Анализ чувствительности общественной эффективности представлен на рисунке 3.2.

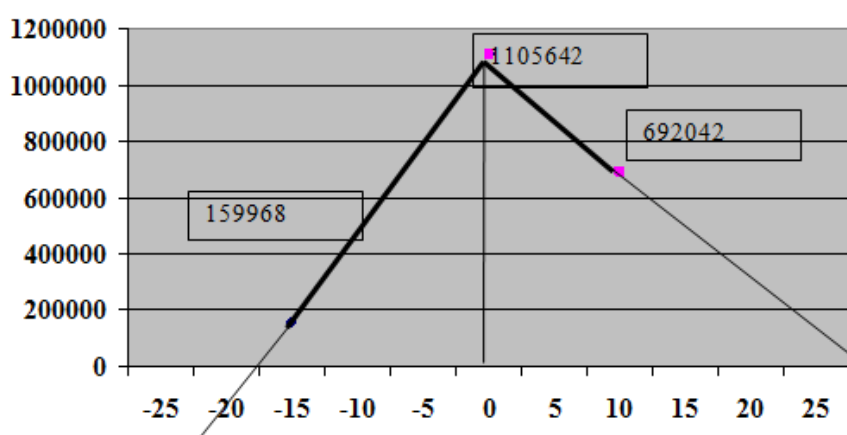


Рисунок 3.2 – Анализ чувствительности общественной эффективности проекта

NPV общественной эффективности показатель менее гибкий и способен выдержать изменение выручки на 17% и удорожание СМР около 30%.

Таким образом, десятипроцентное удорожание работ проект выдержать способен, большую зависимость он имеет от выручки. В целом, эффективность проекта не обладает сильной чувствительностью к изменениям ключевых показателей, влияющих на нее.

3.3 Планирование проект

3.3.1 Структуризация проекта

Структура проекта призвана определить продукцию, которую необходимо разработать или произвести, и связывает элементы работы, которые предстоит выполнить, как между собой, так и с конечной целью проекта.

Структуризация проекта позволяет разделить его на поддающиеся управлению элементы работ, для которых легко определить затраты и построить графики; создать простую систему отслеживания хода реализации проекта. Формирование структуры начинается с разделения целей проекта на

значительно меньшие блоки работ вплоть до достижения самых мелких позиций, подлежащих контролю. Такая деревообразующая структура позволяет разбить общий объем работ по проекту на поддающиеся управлению независимые блоки, которые будут преданы под управление отдельных специалистов, несущих ответственность за их завершение, устанавливая, таким образом, логическую связь между ресурсами компании и объемами работ, которые предстоит осуществить.

Выделяют два метода структуризации:

- «сверху вниз» (дедуктивный метод) – определяются общие задачи, на основе которых далее осуществляется детализация уровней проекта;

- «снизу вверх» (индуктивный метод) – определяются частные задачи, а затем происходит обобщение [40].

Начнем структуризацию проекта с построения дерева целей. Затем проведем их декомпозицию на основе элементов продукта, в котором каждый элемент продукта позиционируется как предстоящая в достижении цель. Дерево целей представляет собой многоуровневый график, выражающий соподчинение и взаимосвязи элементов. Представление целей начинается с верхнего уровня, дальше они последовательно разукрупняются. Дерево целей - это структурированный иерархический перечень целей организации, в котором цели более низкого уровня подчинены и служат для достижения целей более высокого уровня. [33].

Дерево целей данного проекта изображено на рисунке 3.3, рисунок 3.4 отображает декомпозицию целей проекта на основе продукта.

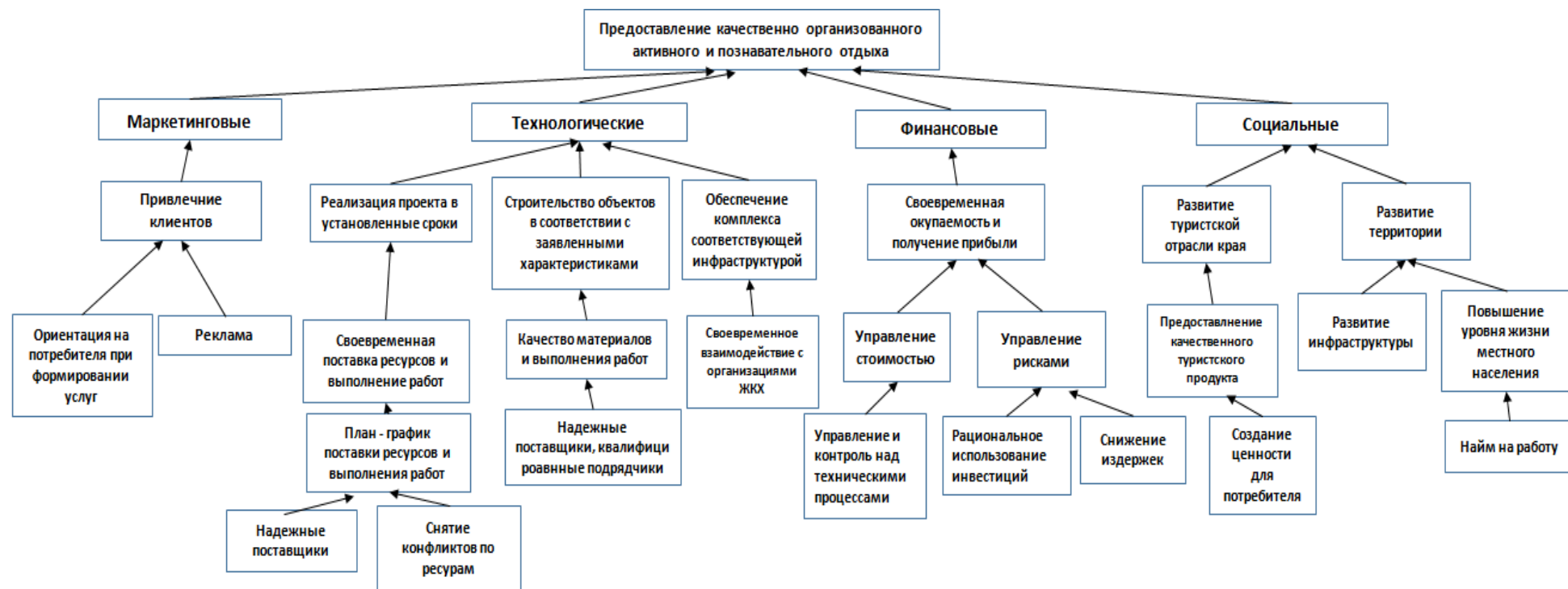


Рисунок 3.3 – Дерево целей проекта

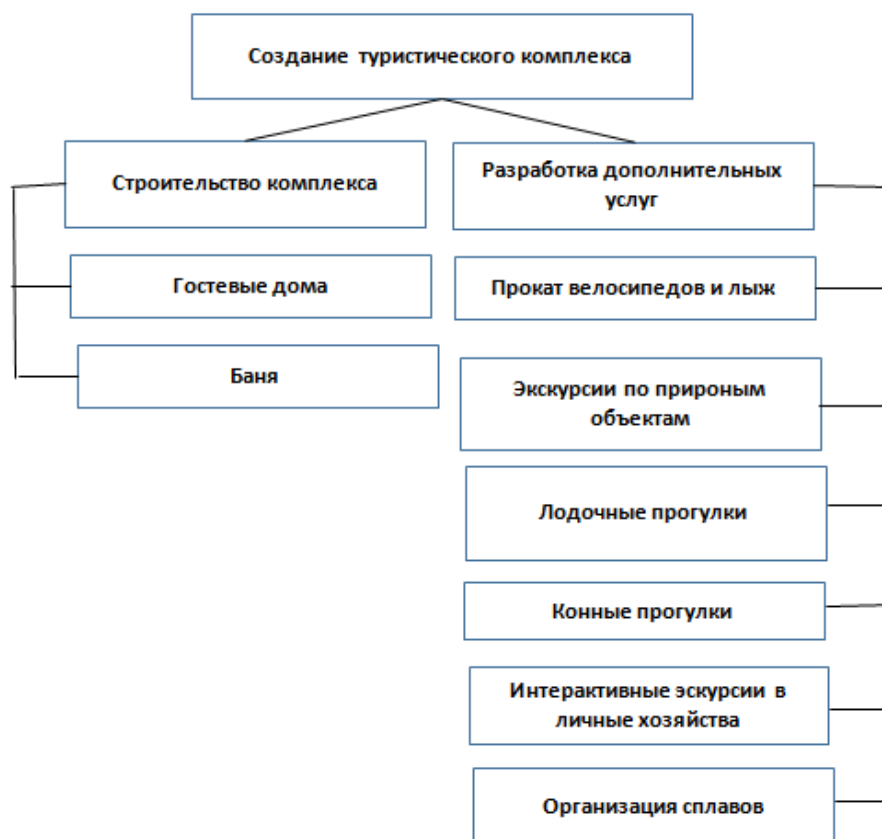


Рисунок 3.4 – Декомпозиция целей проекта на основе элементов продукта

Декомпозиция целей проекта на основании жизненного цикла помогает понять, какие цели проекта должны быть реализованы на каждом этапе проекта, как это представлено на рисунке 3.5



Рисунок 3.5 - Декомпозиция целей проекта на основе жизненного цикла

Далее представим структур исполнителей на рисунке 3.6, в которой указаны ответственные за ту или иную роль в проекте.

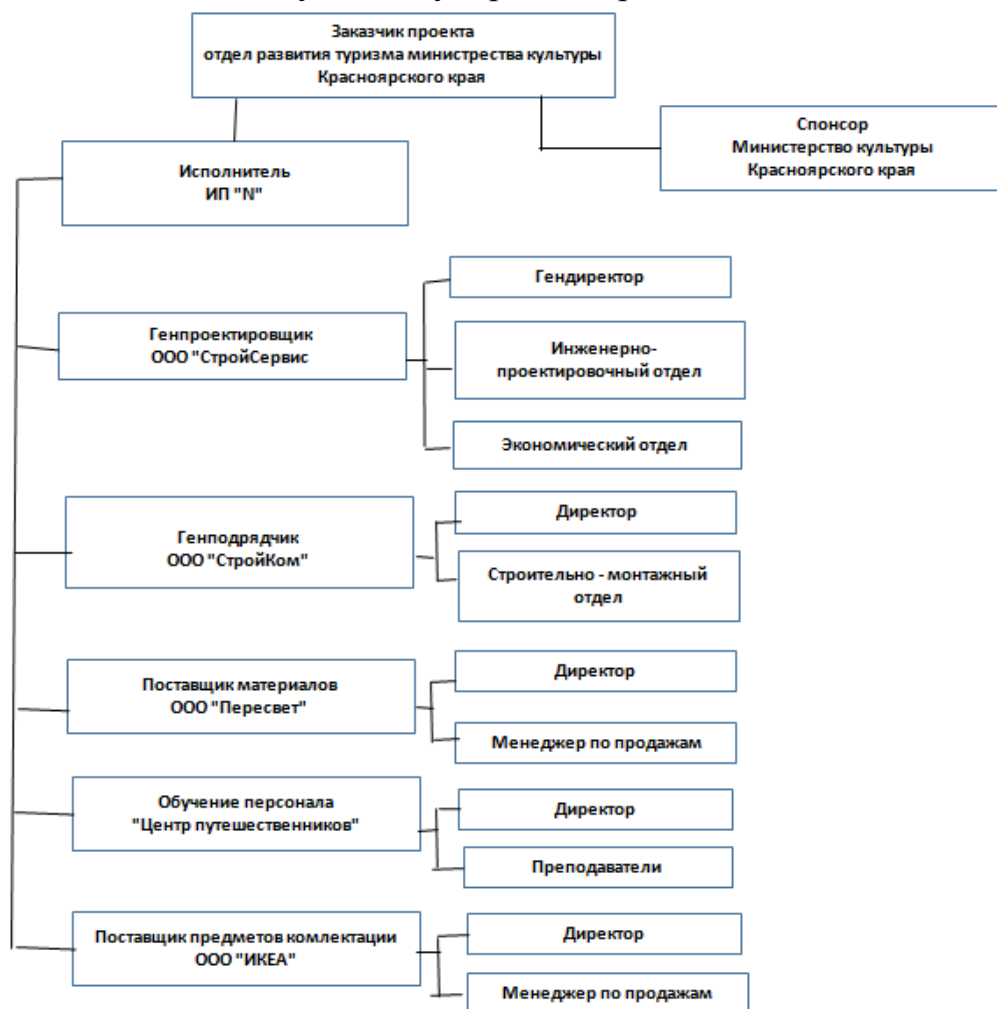


Рисунок 3.6 – Организационная структура исполнителей (OBS)

Дерево работ представляющего собой иерархическую структуру работ (WBS) и совместим его с деревом стоимости (ABS), как представлено на рисунке 3.6. Дерево работ является средством расчленения большого, сложного проекта на его компоненты или хозяйственной программы на составляющие проекты. Кроме того, дерево работ служит другой важной цели - разработке структурной схемы для административного управления проектом [41].

Основываясь на иерархических структур работ и исполнителей составим матрицу ответственности на рисунке 3.8. Матрица ответственности обеспечивает описание и согласование структуры ответственности за выполнение работ. Она представляет собой форму описания распределения ответственности за реализацию работ по проекту с указанием роли каждого из подразделений в их исполнении. В матрице ответственности при определении степени ответственности используются следующие сокращения: П – планирование, С – согласование; И – исполнение; К – контроль.

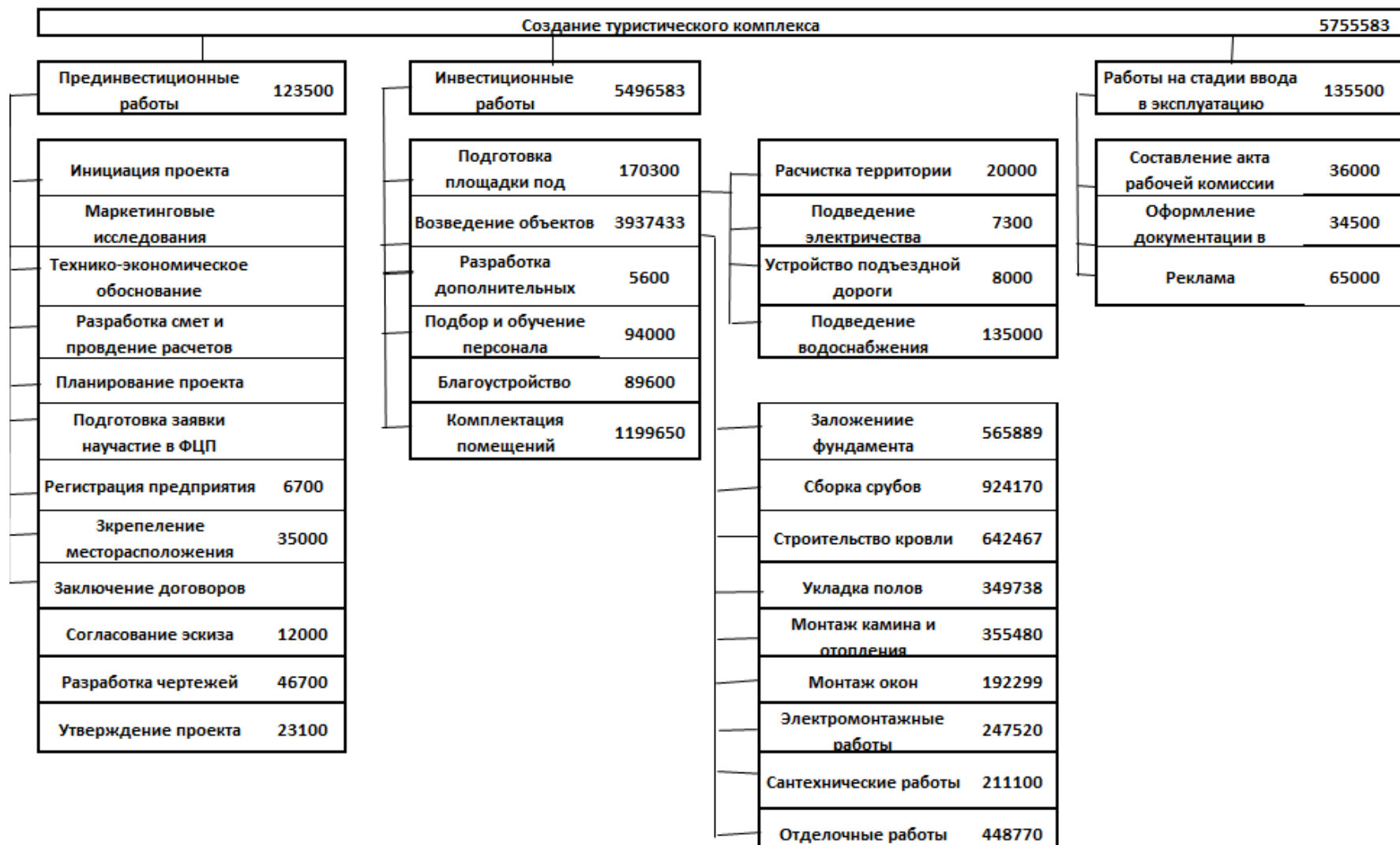


Рисунок 3.7 – Дерево работ (WBS) и стоимости (ABS)

<div>ОБС</div> <div>WBC</div>	ИП "N" Менеджер проекта	ООО "СтройСервис"			ООО "СтройКом"		ООО "Пересвет"		Организаци и ЖКХ		Админист рация		Министерство культуры			Центр путешествен ников		ООО "ИКЕА"	
		Гендиректор	Инженерно - проектировоч ный отдел	Экономический отдел	Директор	Строительно - монтажный отдел	Директор	Менеджер по продажам	Энергосбыт	Дорожное управление	Архитектор	КУМИ	Отдел развития туризма	Отдел финансирован ия и контроля за бюджетными расходами	Директор	Преподаватели	Директор	Отдел продаж	
Прединвестиционные работы																			
Инициация проекта		П, И											С, К						
Маркетинговые исследования		П, И																	
Технико-экономическое обоснование		П, И											С, К						
Разработка смет и проведение расчетов		П, И	С	С									С, К						
Планирование проекта		И, П											С, И						
Подготовка заявки на участие в ФЦП		П, И											С, К	С					
Регистрация предприятия		И																	
Зкрепление месторасположения		И, К								С	С								
Заключение договоров		П, И, К	И, С	С	И, С		И, С								И, С		И, С		
Согласование эскиза		С	С	И															
Разработка чертежей		К		И															
Утверждение проекта		К	К							С		К, И	К, И						

Рисунок 3.8 – Матрица ответственности, лист 1

<div> <div>WBC</div> <div>OBC</div> </div>	ИП "Н"	ООО "СтройСервис"			ООО "СтройКом"		ООО "Пересвет"		Организаци и ЖКХ		Админист рация		Министерство культуры		Центр путешествен ников		ООО "ИКЕА"	
	Менеджер проекта	Гендиректор	Инженерно - проектировочный отдел	Экономический отдел	Директор	Строительно - монтажный отдел	Директор	Менеджер по продажам	Энергосбыт	Дорожное управление	Архитектор	КУМИ	Отдел развития туризм	Отдел финансирования и контроля за бюджетными расходами	Директор	Преподаватели	Директор	Отдел продаж
Инвестиционные работы																		
Подготовка площадки под строительство																		
Расчистка территории	П,К				С	И												
Подведение электричества	П,К								С,И									
Устройство подъездной дороги	П,К									С,И								
Подведение водоснабжения	П,К								С,И									
Возведение объектов																		
Заложение фундамента	П,К				К	И												
Сборка срубов	П,К				К	И	С	И										
Строительство кровли	П,К				К	И	С	И										
Укладка полов	П,К				К	И	С	И										
Монтаж камина и отопления	П,К				К	И	С	И										
Монтаж окон	П,К				К	И	С	И										
Электромонтажные работы	П,К				К	И												
Сантехнические работы	П,К				К	И												
Отделочные работы	П,К				К	И												
Разработка дополнительных услуг	И																	
Подбор и обучение персонала	П														С	И		
Благоустройство	П,К				К	И												
Комплектация помещений	П,К																С	И
Работы на стадии ввода в эксплуатацию																		
Составление акта рабочей комиссии	К,С				К,С						С	С	К	К				
Оформление документации в контролирующих организациях	К,С										С	С	К	К				
Реклама	И																	
Открытие комплекса	П,И												К					

Рисунок 3.8, лист 2

На рисунке 3.9 представлено дерево решений - граф, схема, отражающая структуру задачи оптимизации многошагового процесса принятия решений, которые неизбежен при определении жизнеспособности проекта и поиска вариантов ее достижения. Ветви – различные события; узлы – точки, в которых возникает необходимость выбора.

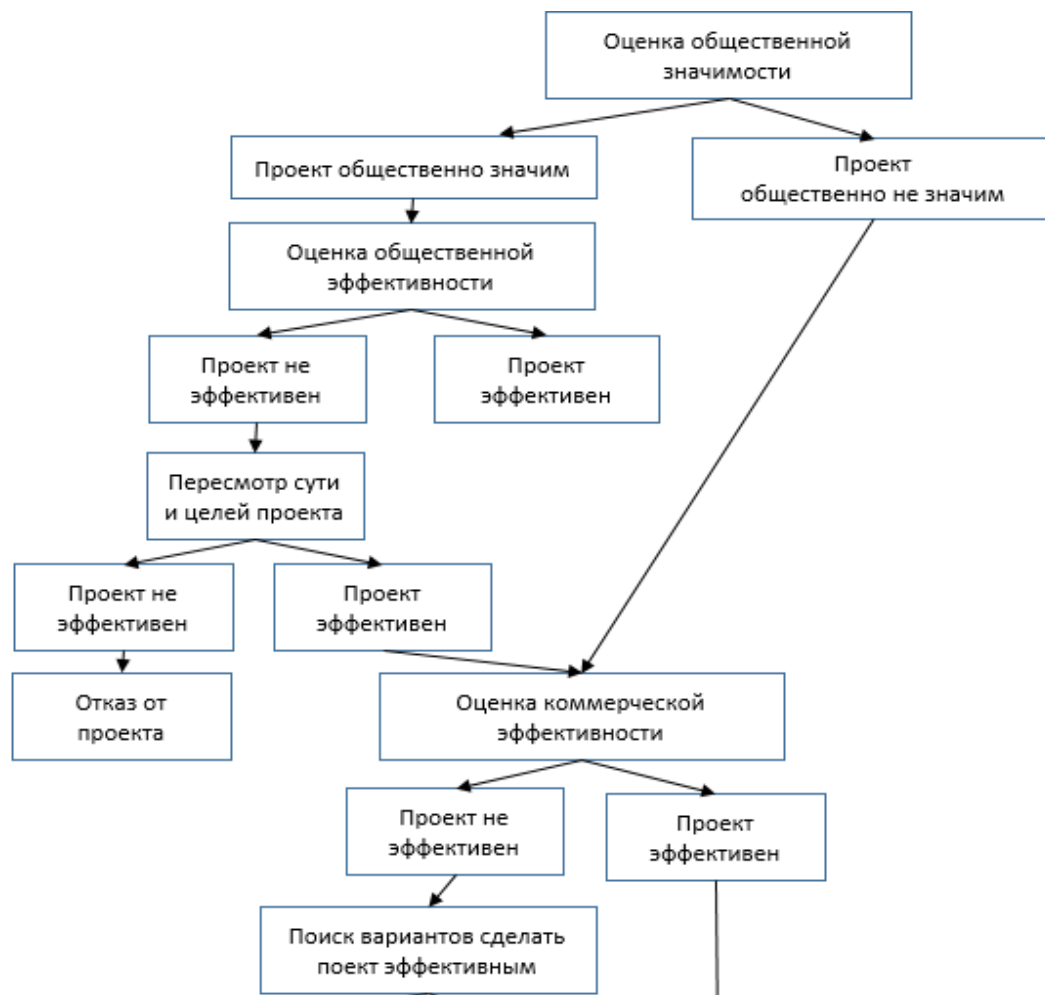


Рисунок 3.9 – Дерево решений, лист 1

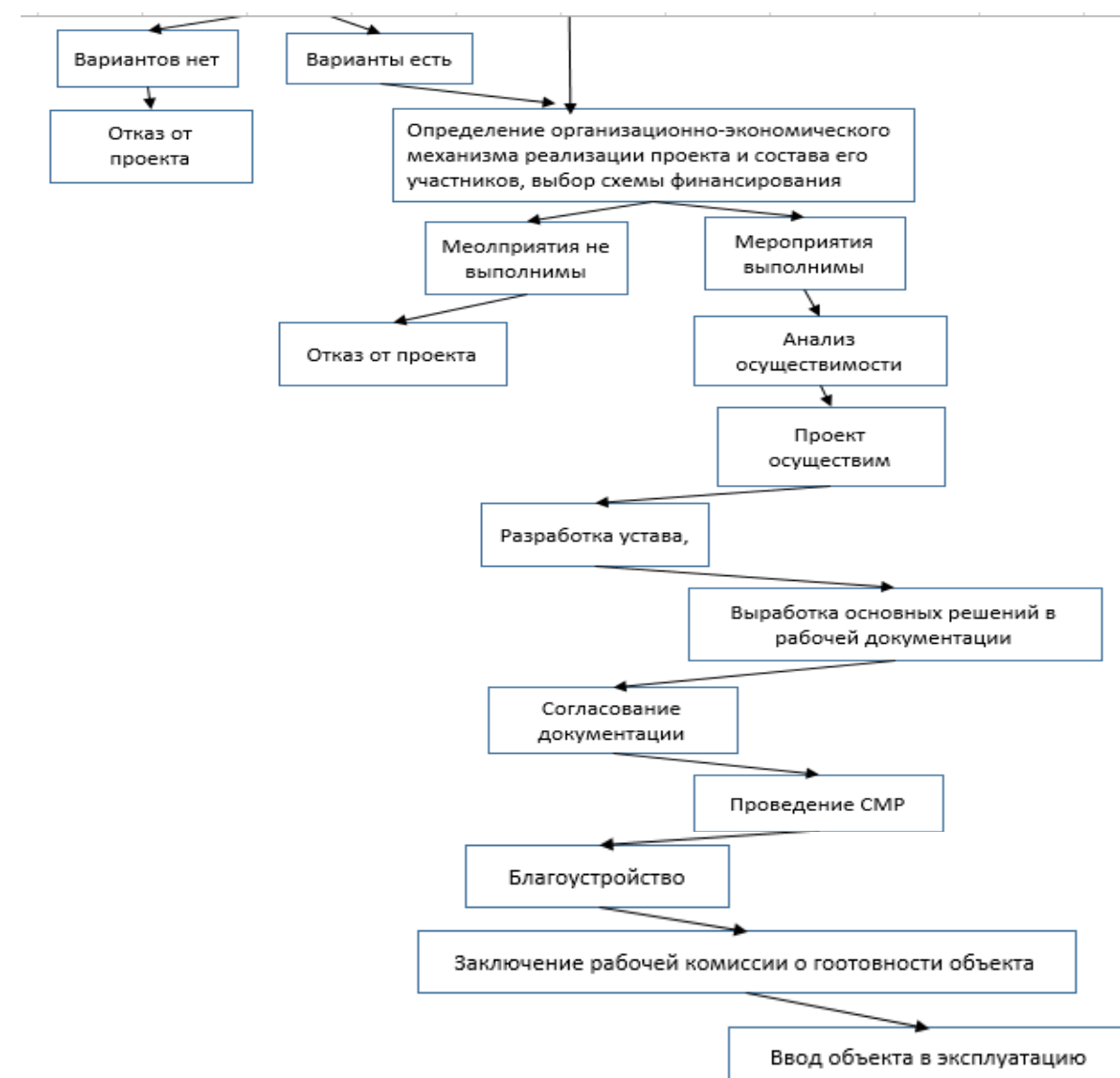


Рисунок 3.9, лист 2

Таким образом, с помощью структуризации удалось получить четкое представление о целях проекта, работах, исполнителях проекта в их иерархическом порядке и взаимосвязях.

3.3.2 Разработка и расчет плана проекта

План проекта – основной инструмент, на основании которого осуществляется управление реализацией проекта. Для проекта «Создание туристического комплекса» разработан план-график выполнения стортельно-монтажных работ. С помощью программного обеспечения Spider Project,

На рисунке 3.10 отображен план-график выполнения всех строительно-монтажных работ и их взаимосвязи.

Отчет о стоимости выполнения строительно-монтажных работ проекта находится в приложении Г.

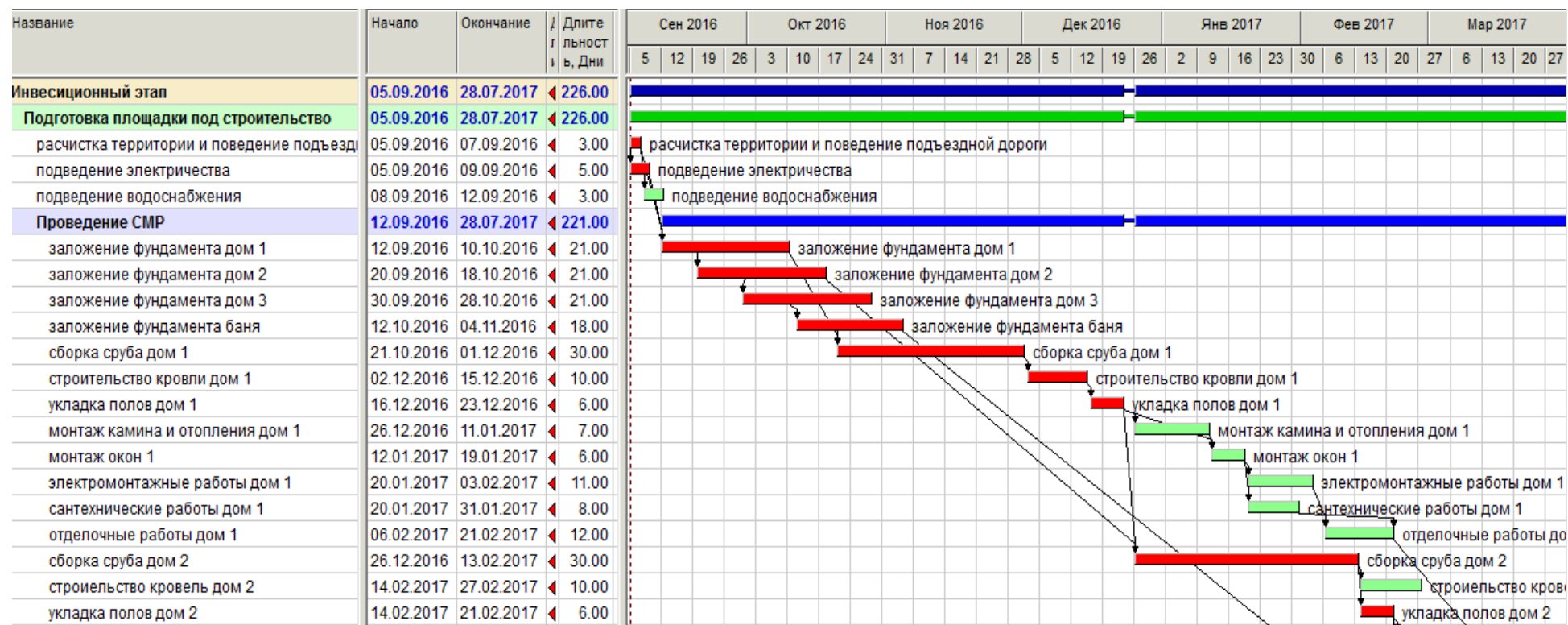


Рисунок 3.10 – Гантт строительно-монтажных работ, лист 1

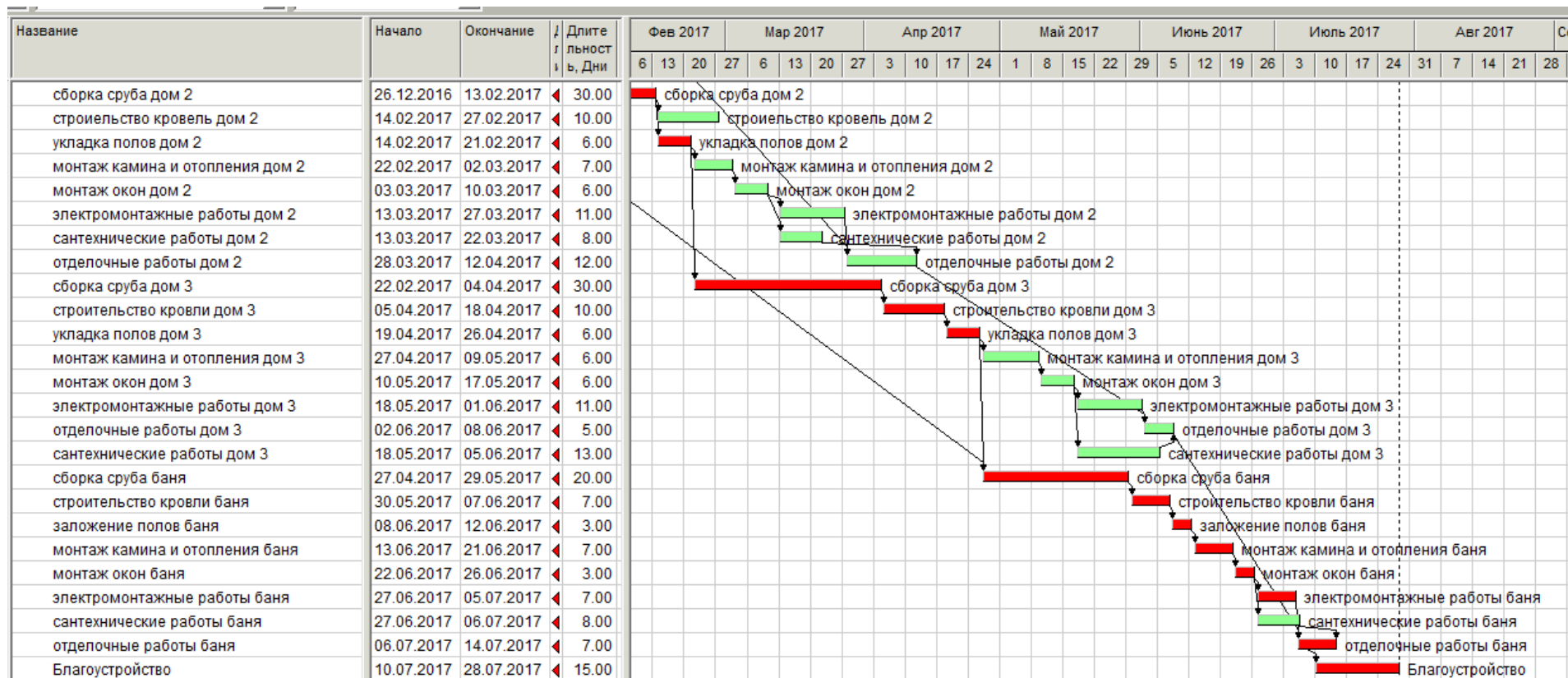


Рисунок 3.10, лист 2

3.3.3 Формирование опорного плана проекта

Опорный план проекта – это распределённый во времени бюджет, который будет использоваться для измерения и мониторинга стоимости проекта.

Бюджетирование – назначение стоимостных оценок отдельным операциям или пакетам работ с целью формирования базового (опорного) плана по стоимости.

Опорный план формируется на основе плановых бюджетных затрат запланированных в соответствии с расписанием [34].

Опорный план представлен в таблице 3.15. Информация о проекте представлена в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Информация о проекте

Работа	Продолжительность	Стоимость, руб.	Правило учета стоимости
Прединвестиционный этап			
Инициация проекта	5	0	
Маркетинговые исследования	31	0	
Технико-экономическое обоснование	9	0	
Разработка смет и проведение расчетов	10	0	
Планирование проекта	10	0	
Подготовка заявки на участи в ФЦП	14	0	
Регистрация предприятия	5	6700	100
Заключение договоров	8	0	
Закрепление месторасположения	40	35000	50/50
Согласование эскиза	6	12000	100
Разработка чертежей	10	46700	100
Утверждение проекта	7	23100	100
Подготовка площадки под строительство			
расчистка территории	3	20000	100
подведение электричества	5	7300	100
устройство подъездной дороги	3	8000	100
подведение водоснабжения	4	135000	100
Проведение СМР			
заложение фундамента дом 1	21	151963	50/50
заложение фундамента дом 2	21	151963	50/50
заложение фундамента дом 3	21	151963	50/50
заложение фундамента баня	18	110000	50/50
сборка сруба дом 1	30	250000	50/50
строительство кровли дом 1	10	168049	50/50
укладка полов дом 1	6	79800	50/50
монтаж камина и отопления дом 1	7	133860	50/50
монтаж окон 1	6	53386	50/50
электромонтажные работы дом 1	11	65690	50/50
сантехнические работы дом 1	8	67300	50/50
отделочные работы дом 1	12	121960	50/50
сборка сруба дом 2	30	250000	50/50
строительство кровель дом 2	10	168049	50/50
укладка полов дом 2	6	79800	50/50
монтаж камина и отопления дом 2	7	133860	50/50

Окончание таблицы 3.14

Работа	Продолжительность	Стоимость, руб.	Правило учета стоимости
монтаж окон дом 2	6	53386	50/50
электромонтажные работы дом 2	11	65690	50/50
сантехнические работы дом 2	8	67300	50/50
отделочные работы дом 2	12	121960	50/50
сборка сруба дом 3	30	250000	50/50
строительство кровли дом 3	10	168049	50/50
заложение полов дом 3	6	79800	50/50
монтаж камина и отопления дом 3	7	133860	50/50
монтаж окон дом 3	6	53386	50/50
электромонтажные работы дом 3	11	65690	50/50
сантехнические работы дом 3	8	67300	50/50
отделочные работы дом 3	12	121960	50/50
сборка сруба баня	21	174170	50/50
строительство кровли баня	7	138320	50/50
заложение полов баня	3	110340	50/50
монтаж камина и отопления баня	7	133900	50/50
монтаж окон баня	3	32143	50/50
электромонтажные работы баня	7	50450	50/50
сантехнические работы баня	5	76500	50/50
отделочные работы баня	7	82890	50/50
Благоустройство	15	89600	50/50
Дополнительные работы			
Разработка дополнительных услуг	7	5600	100
Комплектация помещений и закупка инвентаря	8	952350	Процент
Подбор и обучение персонала	96	94000	Процент
Стадия ввода в эксплуатацию			
Составление акта рабочей комиссии	5	36000	100
Оформление документации в контролирующих органах	5	34500	100
Реклама	8	65000	100
Открытие комплекса			

Таблица 3.15 – Опорный план

Информация по проекту					Потребление сметы													
Работа	Т	ES	LF	BCWS (руб.)	2016 год						2017 год							
					июль	август	сентябрь	Октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
Инициация проекта	5	01.04.2016	07.04.2016	0														
Маркетинговые исследования	31	08.04.2016	19.05.2016	0														
Технико - экономическое обоснование	9	15.04.2016	27.04.2016	0														
Разработка смет и проведение расчетов	10	20.05.2016	02.06.2016	0														
Планирование проекта	10	03.06.2016	16.06.2016	0														
Подготовка заявки на участи в ФЦП	14	01.07.2016	18.07.2016	0														
Регистрация предприятия	5	17.06.2016	23.06.2016	6700	6700													
Заключение договоров	8	19.07.2016	28.07.2016	0														
Закрепление месторасположения	40	17.06.2016	11.08.2016	35000	17500	17500												
Согласование эскиза	6	26.07.2016	01.08.2016	12000		12000												
Разработка чертежей	10	02.08.2016	15.08.2016	46700		46700												
Утверждение проекта	7	16.08.2016	24.08.2016	23100		23100												
Подготовка площадки под строительство																		
расчистка территории	3	05.09.2016	07.09.2016	20000			20000											
подведение электричества	5	08.09.2016	14.09.2016	7300			7300											
устройство подъездной дороги	3	05.09.2016	07.09.2016	8000			8000											
подведение водоснабжения	4	05.09.2016	08.09.2016	135000			135000											
Проведение СМР																		
заложение фундамента дом 1	21	12.09.2016	10.10.2016	151963			75982	75982										
заложение фундамента дом 2	21	20.09.2016	18.10.2016	151963			75982	75982										

Продолжение таблицы 3.15

Информация по проекту					Потребление сметы													
Работа	Т	ES	LF	BCWS (руб.)	2016 год						2017 год							
					Июл ь	авгус т	сентябр ь	Октябр ь	ноябрь	декабр ь	январ ь	феврал ь	Март	апрель	ма й	июн ь	июл ь	авгус т
заложение фундамента дом 3	2 1	30.09.201 6	28.10.201 6	15196 3			75982	75982										
заложение фундамента баня	1 8	12.10.201 6	04.11.201 6	11000 0				55000	55000									
сборка сруба дом 1	3 0	21.10.201 6	01.12.201 6	25000 0				125000	125000									
строительство кровли дом 1	1 0	02.12.201 6	15.12.201 6	16804 9					84024, 5	84024,5								
укладка полов дом 1	6	16.12.201 6	23.12.201 6	79800						79800								
монтаж камина и отопления дом 1	7	26.12.201 6	11.01.201 7	13386 0						133860								
монтаж окон 1	6	12.01.201 7	19.01.201 7	53386							53386							
электромонтажные работы дом 1	1 1	20.01.201 7	03.02.201 7	65690							65690							
сантехнические работы дом 1	8	20.01.201 7	31.01.201 7	67300							67300							
отделочные работы дом 1	1 2	06.02.201 7	21.02.201 7	12196 0								121960						
сборка сруба дом 2	3 0	26.12.201 6	13.02.201 7	25000 0					125000			125000						
строительство кровель дом 2	1 0	14.02.201 7	27.02.201 7	16804 9								168049						
укладка полов дом 2	6	14.02.201 7	21.02.201 7	79800								79800						
монтаж камина и отопления дом 2	7	22.02.201 7	02.03.201 7	13386 0								133860						
монтаж окон дом 2	6	03.03.201 7	10.03.201 7	53386									5338 6					
электромонтажные работы дом 2	1 1	13.03.201 7	27.03.201 7	65690									6569 0					
сантехнические работы дом 2	8	13.03.201 7	22.03.201 7	67300									6730 0					
отделочные работы дом 2	1 2	28.03.201 7	12.04.201 7	12196 0									6098 0	60980				
сборка сруба дом 3	3 0	22.02.201 7	04.04.201 7	25000 0								125000		12500 0				
строительство кровли дом 3	1 0	05.04.201 7	18.04.201 7	16804 9										16804 9				

Продолжение таблицы 3.15

Информация по проекту					Потребление сметы													
Работа	Т	ES	LF	BCW S (руб.)	2016 год						2017 год							
					июл ь	авгус т	сентябр ь	Октябр ь	ноябр ь	декабр ь	январ ь	феврал ь	мар т	апрел ь	Май	июнь	июль	авгус т
монтаж окон дом 3	6	10.05.2017	17.05.2017	53386											53386			
электромонтажные работы дом 3	11	18.05.2017	01.06.2017	65690											32845	32845		
сантехнические работы дом 3	8	18.05.2017	05.06.2017	67300											33650	33650		
отделочные работы дом 3	12	02.06.2017	08.06.2017	121960												121960		
сборка сруба баня	21	27.04.2017	29.05.2017	174170										87085	87085			
строительство кровли баня	7	30.05.2017	07.06.2017	138320											69160	69160		
заложение полов баня	3	08.06.2017	12.06.2017	110340												110340		
монтаж камина и отопления баня	7	13.06.2017	21.06.2017	133900												133900		
монтаж окон баня	3	22.06.2017	26.06.2017	32143												32143		
электромонтажные работы баня	7	27.06.2017	05.07.2017	50450												25225	25225	
сантехнические работы баня	5	27.06.2017	06.07.2017	76500												38250	38250	
отделочные работы баня	7	06.07.2017	14.07.2017	82890													82890	
Благоустройство	15	10.07.2017	28.07.2017	89600													89600	
Дополнительные работы																		
Разработка дополнительных услуг	7	05.12.2016	13.12.2016	5600						5600								
Комплектация помещений и закупка инвентаря	8	10.07.2015	21.07.2015	952350													952350	

Окончание таблицы 3.15

Информация по проекту					Потребление сметы													
Работа	Т	ES	LF	BCWS (руб.)	2016 год						2017 год							
					июль	август	Сентябрь	Октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	Май	июнь	июль	август
Подбор и обучение персонала	96	17.01.2017	30.05.2017	94000							18800	18800	18800	18800	18800			
Этап ввода в эксплуатацию																		
Составление акта рабочей комиссии	5	27.07.2015	31.07.2015	36000													36000	
Оформление документации в контролирующих органах	5	03.08.2015	07.08.2015	34500														34500
Подбор и обучение персонала	96	17.01.2017	30.05.2017	94000							18800	18800	18800	18800	18800			
Этап ввода в эксплуатацию																		
Составление акта рабочей комиссии	5	27.07.2015	31.07.2015	36000													36000	
Реклама	8	05.06.2017	08.06.2017	65000												65000		
Открытие комплекса	3	10.08.2017		0														
Реклама	8	05.06.2017	08.06.2017	65000												65000		
Общая BCWS					24200	99300	398244,5	407944,5	389024,5	303284,5	205175,5	772469	266155,5	606644	361855,5	662472,8	1224315	34500
Кумулятивная BCWS					24200	123500	521744,5	929689	1318714	1621998	1827174	2599643	2865798	3472442	3834298	4496770	5721085	5755585

Опорный план применяется для контроля выполнения проекта, который будет происходить с помощью метода освоенного объема по мере реализации проекта.

На рисунке 3.1 построена кумулятивную BCWS.

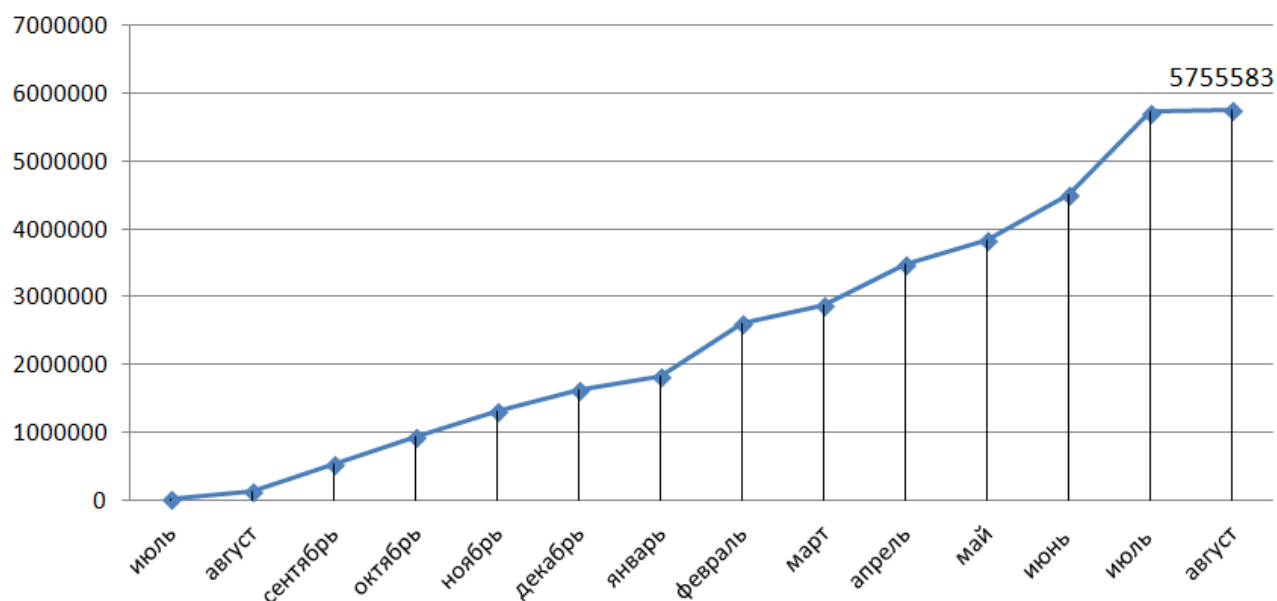


Рисунок 3.11 – Кумулятивная BCWS по проекту

Итогом планирования проекта является опорный план и график работ, что является представляет собой основные инструменты для контроля выполнения работ.

Таким образом, по итогам третьей главы разработан проект, выполнено планирование его реализации с помощью методов проектного управления.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе представлен вариант разработки проекта создания туристического комплекса на реке Мане в деревне Кожелак Партизанского района Красноярского края, который задуман как одна из частей формирования туристско-рекреационного кластера на территории Партизанского района и близлежащих территорий. Данный проект направлен на эффективное использование туристско-рекреационного потенциала данной территории и суть его заключается в предоставлении разнообразных услуг отдыха по доступным ценам. Реализация проекта основана на государственно-частном партнерстве, в рамках которого инициатива, исходящая от физического лица, поддерживается отделом развития туризма министерства культуры Красноярского края. Поддержка выражается в финансировании становления единицы туристического рынка в виде туркомплекса.

Первоначально был выполнен анализ рынка, который показал жизнеспособность идеи с точки зрения потребности рынка, текущих и будущих тенденций, что обуславливает ее актуальность в настоящее время. Статистика общероссийского рынка свидетельствует о сокращении выездного туризма на 18% и повышении внутреннего на 30% в последние два года, также и в Красноярском крае наблюдается повышение спроса на отдых в своем регионе и стремление к его активному и культурно-познавательному проведению.

Политика государства направлена на активную поддержку туристской отрасли, которая сформирована в виде Федеральной целевой программы развития туризма, на основании которой и планируется обеспечить финансирование рассматриваемого проекта. Анализ деятельности министерства культуры Красноярского края подтвердил возможность получения финансового содействия в развитии приоритетных направлений туристской деятельности, посредством участия в федеральной и краевой программах, выполнение которых на данный момент происходит с эффективностью в 136,5%.

Для более качественного формирования продукта комплекса были проведены исследования туристского спроса, которые подтвердили обозначенные приоритетные направления отдыха - активный, культурно-познавательный и приключенческий, что подтверждает правильность позиционирования туристического комплекса, как места предоставления активного организованного туризма, с перспективой развития других видов туризма в процессе взаимодействия с другими элементами планируемого кластера. Особое внимание стоит уделить транспорту - наиболее удобным считается передвижение автобусом или на автомобиле, следовательно, необходимо обеспечение соответствующей инфраструктуры. Стоит учитывать финансовый аспект путешествий, вызывающий предпочтение экономичного отдыха. Средства размещения стоит планировать с учетом наибольших предпочтений групповых поездок. Исследование критериев выбора такого места отдыха, как туристическая база позволили определить, что основным

критерием, формирующим потребительский выбор, является стоимостная составляющая проведения отдыха. На втором месте стоит обеспечение безопасности отдыха и доступность медпомощи. Затем потенциальные клиенты турбаз обращают внимание на удобное месторасположение объекта отдыха, характеризующиеся транспортной доступностью и близостью к центру. Далее клиентов интересует разнообразие услуг и качество сервиса. Планируемый в проекте туристический комплекс запланирован, соответствуя критериям потребительского выбора – финансовая доступность отдыха, разнообразие услуг, качественная организация отдыха и приемлемый уровень сервиса, так как основная направленность комплекса – это организация активного отдыха, безопасности уделяется соответствующее внимание.

Коммерческий и технический анализ проекта подтвердили его выполнимость. По итогу коммерческого анализа была определена конкурентная позиция комплекса среди наиболее сильных игроков на данном рынке, а также выбор целевых сегментов на основании проведенной сегментации рынка с помощью географического, социографического психографического методов, сформированы профили потенциальных клиентов.

На основании смет была определена потребность финансового обеспечения проекта, которая обозначена в сумме 5 755 583 руб. Часть работ выполняется за счет средств физического лица – закрепление земельного участка и регистрация предприятия, на сумму 41 700 руб., 5 713 883 должно быть выделено из федерального бюджета. Будущие финансовые поступления от деятельности комплекса рассчитаны на основании производственного плана.

Оценка коммерческой и общественной эффективности дала положительные результаты:

- NPV при коммерческой эффективности 1382854руб, IRR равна 28%, PI - 1,3, DPBP- 3,6 года.

Общественная эффективность: NPV=435343руб., IRR=19%, PI=1,3, DPBP=4. Сомнения вызывает норма доходности, которая ниже ставки дисконтирования и указывает на повышенный риск проекта. Но при анализе рисков проекта на чувствительность, оказалось, что проект не является рискованным. NPV способно выдержать около 23% изменения выручки и более 30% изменения стоимости СМР. NPV общественной эффективности показатель менее гибкий и способен выдержать изменение выручки на 17% и удорожание СМР около 30%.

Таким образом, десятипроцентное удорожание работ проект выдержать способен, большую зависимость он имеет от выручки. В целом, эффективность проекта не обладает сильной чувствительностью к изменениям ключевых показателей, влияющих на нее.

При инициации проекта были сформулированы цели и ключевые результаты проекта, определен жизненный цикл проекта и его участники. Для планирования проекта выполнена структуризация на основании дерева целей, дерева работ и стоимости проекта, организационной структуры управления

проектом, дерева решений и матрицы ответственности. На основании выше выполненного были разработаны график работ, опорный план проекта.

В результате выполнения дипломного проекта, поставленные задачи были выполнены, что способствовало достижению цели дипломного проекта – разработка проекта по созданию туристического комплекса.

В заключении стоит отметить ценность проекта для его окружения.

Для потребителя она заключается в возможности получить разнообразный организованный отдых с умеренными расходами;

для местного населения территории - позитивное влияние на сохранение и развитие сельской территорий, рациональное использование е ресурсного потенциала, повышение уровня жизни

для края в целом - повышение уровня внутреннего туризма в Красноярском крае.

Учитывая, что первоначальные инвестиции вносятся на безвозмездной основе, полученную прибыль от работы комплекса можно вкладывать его развитие, увеличения спектра услуг и его масштаба, а также развитие туристской деятельности кластера в целом. Таким образом, данный проект можно считать целесообразным и полезным для выполнения.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ВВП – валовый внутренний продукт

г. – год

гг. – года

д. – деревня

ИП – индивидуальный предприниматель

км. – километр

млн. – миллион

млрд. – миллиард

ООО – Общество с ограниченной ответственностью

ООН – организация объединенных наций

п. – поселок

р. – река

СМР – строительно-монтажные работы чел. – человек

СФО – Сибирский федеральный округ

США – Соединенные Штаты Америки

т.п. – тому подобное

ФЦП – Федеральная целевая программа

ЮНЕСКО – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

СПИСКО ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Всемирный экономический форум: Рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма в 2015 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/05/07/7152>
- 2 Козырева, О.А. Туризм 2015: Мировые тренды/ Козырева О.А.// Вестник РАМТ. -2014.- №4. - С. 1-4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/turizm-2015-mirovye-trendy>
- 3 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
- 4 Государственная программа Красноярского края «Развитие культуры и туризма» (с изменениями на 22.12.2015) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minfin.krskstate.ru/prbudget/list>
- 5 Рейтинговое агентство «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://raexpert.ru>
- 6 Официальный портал Красноярского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krskstate.ru>
- 7 РБК [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru>
- 8 Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krasstat.gks.ru>
- 9 Всемирный экономический форум: Рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма в 2015 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/05/07/7152>
- 10 Козырева, О.А. Туризм 2015: Мировые тренды/ Козырева О.А.// Вестник РАМТ. – 2014. – №4. – С. 1-4
- 11 Макаренко, С.Н., История туризма: учебное пособие для вузов / Макаренко С.Н., Саак А.Э. – Таганрог: Издательство ТРТУ, 2003. – 94 с.
- 12 Тотонова, Е. Е. Модели управления региональным туризмом на примере северных территорий Канады / Тотонова Е.А. // Проблемы современной экономики. – 2010.- №3. - С. 1–3
- 13 Планирование и прогнозирование деятельности предприятий в туризма и гостиничного хозяйства [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.konspektov.net/question/2219003>
- 14 Полякова, И.Л. Механизмы реализации региональных целевых программ развития туризма/ Полякова И.Л. //Вестник Оренбургского государственного университета. -2013.- №8. - С. 1-4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
- 15 Масловский, В. П. Управление проектами. Версия 1.0 [Электронный ресурс]: конспект лекций / В. П. Масловский. – Электрон. дан. (2 Мб). – Красноярск: ИПК СФУ, 2008. Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/5604313/>

16 Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/>

17 Положение о министерстве культуры Красноярского края: норм. док. от 7 августа 2008 г. N 32-п

18 Товб, А.С. Управление проектами: стандарты, методы, опыт/ А.С. Товб, Г.Л. Ципес. – Иркутск: Олимп-Бизнес, 2012. – 235 с.

19 Ивасенко, А.Г. Управление проектами: учебное пособие./А.Г. Ивасенко. – Новосибирск: Академия, 2010. – 210 с.

20 М12 Управление проектами: учебное пособие / под ред. И.И. Мазура. – 2-е изд. – Москва: Омега-Л, 2014. – 664 с.

21 Разу, М.Л. Модульная программа для менеджеров. Управление программами и проектами: учебное пособие/ М.Л. Разу. – Москва: ИНФРА-М, 2000. – 143 с.

22 Попова, В.Л. Управление инновационными проектами: учебное пособие. / В.Л. Попова – Москва: МЭСИ, 2011. – 336 с.

23 Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник/ О.С. Вахинский. – Москва: Гардарика, 2011. – 296 с.

24 Герасименко, Г.П. Управленческий, финансовый и инвестиционный анализ: учебник / Г.П. Герасименко. – Москва: Инфра-М, 2001. – 459 с.

25 Полякова, И.Л. Механизмы реализации региональных целевых программ развития туризма [Электронный ресурс]/ И.Л. Полякова //Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – №8. – С. 1-4 Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>

26 Ивасенко, А.Г. Управление проектами: учебное пособие/А.Г. Ивасенко – Новосибирск: Академия, 2007. – 230 с.

27 М12 Управление проектами: Учебное пособие / под ред. И.И. Мазура. – 2-е изд. – Москва: Омега-Л, 2004. – с. 664.

28 Обзор методов расчета ставки дисконтирования [Электронный ресурс]: многопредмет. науч. журн. / Моск. физ.-техн. ин-т. – Электрон. журн. – Долгопрудный: МФТИ, 2010. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/finanalysis/math/discount_rate.shtml

29 Каневский, Е.А. Управление проектами на практике: учебное пособие / Е.А. Каневский – Новосибирск: Академия, 2007. – 234с.

30 Богданова, А. С. Оценка эффективности инвестиционных проектов, имеющих социальную направленность [Электронный ресурс] / А.С. Богданова // Студенческий научный форум. – 2012. – №4. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/21/2460>

31 Перминов, А.Е. Примеры расчета ставки дисконтирования [Электронный ресурс] / А.Е. Перминов // Мастерская эффективного бизнеса. – 2016. – №14.– Режим доступа: <http://www.master-effect.biz/index.php?id=134>

32 Зимин, А.И. Инвестиции: учебник/ А.И. Зимин – Москва: ИД «Юриспруденция», 2010. – 256 с.

- 33 Попова, Е. Инструмент диагностики состояния проекта: анализ по освоенному объёму /Е. Попова, Е. Песоцкая, Н. Стутко [Электронный ресурс]: <http://www.projectmanagement.ru/>
- 34 Швандар, В. А. Управление инвестиционными проектами / В. А. Швандар, А. И. Базилевич. – Москва: Юнити, 2001. – 345 с.
- 35 Волков, И. М. Проектный анализ: учебник для вузов / И. М. Волков, М. В. Грачев. – Мрсква : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2002. – 147 с.
- 36 Масловский, В. П. Методы оценки инвестиционных проектов : учеб. пособие / В. П. Масловский. – Красноярск : КрасГАСА, 1996. – 203 с.
- 37 Оценка инвестиционных проектов: метод. указания к курсовой работе для студентов экономических специальностей и специализаций / сост. : В. П. Масловский. – Красноярск : КрасГАСА, 1998. – 117 с.
- 38 Нанасов, П. С. Управление проектом: учеб. пособие / П. С. Нанасов. – Москва: АСВ, 2002. 154 с.
- 39 Серов, В.М. Инвестиционный менеджмент: учебное пособие/ Серов В.М. – Москва: ИНФРА-М, 2000
- 40 Руководство к своду знаний по управлению проектами / Институт управления проектами РМІ (Московское отделение), 2000. – 234 с.
- 41 Смирнов, А. Л. Организация финансирования инвестиционных проектов / А. Л. Смирнов. – Москва: Консалтбанкир, 2015. – 320 с.
- 42 Управление проектами: толковый англо-русский словарь-справочник /под ред. В. Д. Шапиро. – Москва: Высшая школа, 2000.
- 43 Холт, Р. Н. Планирование инвестиций / Р. Н. Холт, С. Б. Бернс. – Москва: Дело ЛТД, 1994. – 145 с.
- 44 Шапиро, В. Д. Управление проектами (зарубежный опыт) / В. Д. Шапиро. – Санкт-Петербург: ДваТрИ, 1996. – 278 с.
- 45 Швандар, В. А. Управление инвестиционными проектами / В. А. Швандар, А. И. Базилевич. – Москва: Юнити, 2001. – 371 с.
- 46 Шенаев, В. Н. Проектное кредитование / В. Н. Шенаев, Б. С. Ирниязов. – Москва: Консалтбанкир, 1996. – 345 с.
- 47 Попова, Е. Инструмент диагностики состояния проекта: анализ по освоенному объёму /Е. Попова, Е. Песоцкая, Н. Стутко [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.projectmanagement.ru/>
- 48 Морозова, Н.С. «Туризм»: учебник / Н. С. Морозова. - М.осква: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.
- 49 Туризм: учебник; под общ. ред. Е. Л. Писаревского. - Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с.
- 50 Чудновской, А.Д. Менеджмент/ А. Д. Чудновский. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.
- 51 Морозов, М.А. Туризм / М. А. Морозов. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 320 с.
- 52 Туризм. Гостиничное дело / под ред. А. Ю. Александровой. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с.

- 53 Кружалин, В.И. Сервис. Туризм. Гостиничное дело/ В. И. Кружалин. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 336 с.
- 54 Путрик, Ю.С. История туризма: учебник для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. Туризм/ Ю. С. Путрик. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с.
- 55 Бобкова, А. Г. Безопасность туризма : учебник для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. Туризм / А. Г. Бобкова, С. А. Кудреватых, Е. Л. Писаревский ; под общ. ред. Е. Л. Писаревского. - Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 272 с.
- 56 Писаревский, Е.Л. Правовое обеспечение туризма: учебник / Е. Л. Писаревский. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 336 с.
- 57 Сахарчук, Е.С. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / Е. С. Сахарчук. - Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 192 с.
- 58 Ветитнев, А. М. Организация санаторно-курортной деятельности: учебное пособие / А. М. Ветитнев, Я. А. Войнова. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 272 с.
- 59 Артёмова, Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: учебное пособие / Е.Н. Артёмова, В.А. Козлова - Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 396 с.
- 60 Лукьянова, Л.Г. Рекреационные комплексы: учебное пособие / Л.Г. Лукьянова, В.И. Цыбух В Москва: Федеральное агентство по туризму, 2012. - 172 с.
- 61 Балабанов И.Т. Экономика туризма: учебное пособие / И.Т.Балабанов – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 336 с.
- 62 Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учебник/ М.Б. Биржаков. Москва: ОМЕГА, 2001г. – 115с.
- 63 Долженко, Г.П. История туризма в дореволюционной России и СССР Ростов-на-Дону: Печать, 2010г. – 234с.
- 64 Ильина, Е.И., Основы туристской деятельности / Е.И. Ильина. – Москва: ОМЕГА, 2000г. – 124 с.
- Шаповал, Г.Ф. История туризма / Г.Ф. Шаповал. – Минск: ПечКом, 2008г. – 234 с.
- 65 Федеральный закон № 12 от 5 февраля 2011 года № 12-ФЗ «О внесении изменений в ФЗ Об основах туристской деятельности в РФ»
- 66 Федеральный закон от 22.07.2009 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации»
- 67 Зорин, И.В. . Проблемы и перспективы развития внутреннего туризма [Электронный ресурс] / И.В. Зорин // Мастерская эффективного бизнеса. – 2011. – №7. – Режим доступа: <http://www.master-effect.biz/index.php?id=134>
- 68 Каурова А.Д. Организация сферы туризма: учебное пособие / А.Д. Каурова. – Москва: Герда, 2012. – 180 с.

69 Кокина Ю. В. Проблемы развития круизного туризма на р. Волге // Материалы IV Международной научно-практической конференции «Туризм и региональное развитие». – Смоленск, 2012

70 Егоров В.Е. Туристско-рекреационные особые экономические зоны Российской Федерации: понятия, перспективы и проблемы в профессиональной подготовке специалистов [Электронный ресурс] / В.Е Егоров //Туризм: право и экономика, 2010. - № 6. – Режим доступа: <https://studwork.org/shop/14455>

71 Косолапов, А.Б. Теория и практика экологического туризма / А.Б. Косолапов. - Москва: КНОРУС, 2010 – 123 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Смета на строительство двухэтажного деревянного дома

Таблица А.1- Смета на строительство двухэтажного деревянного дома

	Длина	Ширина	Высота	h крыши
Установочные данные дома, в м	10	7	4	1,5
Наименование работ с учетом стоимости материалов	Ед.изм.	Кол-во	Цена материала	Ст-ть материала
Фундамент				
Бетон М-200	м3	10	4 100	41 000
Песок	м3	11	545	5 995
Арматура д.12 мм	м.п	235	34	7 990
Арматура д. 10 мм	м.п.	188	30	5 640
Вязальная проволока д.1,2 мм	Кг	4	265	1 060
Доска 25 мм	м3	2,2	6000	13 200
Брусok 50х50	м3	0,5	6000	3 000
Труба ПВХ 110мм, 2м	Кг	4	252	1 008
Гидроизол	Рул	3	450	1 350
Расходные материалы				4 350
Итого материалы				84 593
Работы				
Устройство траншеи	м3	11	70	770
Устройство подушки	м3	9	350	3150
Устройство опалубки	м2	62	550	34100
Армирование	м.п.	51	280	14280
Бетонирование	м3	10	900	9000
Демонтаж опалубки	м2	62	80	4960
Обратная засыпка грунта	м3	1	600	600
Гидроизоляция	м2	16	80	1280
Итого работа				67370
Итого по смете				151 963
Сруб				
Работы				
Обработка бревен анииспепиком	пог.м.	204	15	3060
Сборка стенокомплекта	м2	150	550	82500
Конопатка бревен	пог.м.	330	400	132000
Вырубка проемов под окна и двери	Шт	14	2000	28000
Итого по работе				245560
Материалы				
Бревно оцилиндрованое 144х145 мм естественной влажности	м3	150	1500	225000
Антисептик для конструкции "Сенеж"	п.м	1223,17	8	9785,36
Скоба строительная	Шт	150	45	6750
Утеплитель	М	25	45	1125
Леса строительные	м3	0,6	6000	3600
Итого по материалам				130000
Итого по смете на сруб				375560
Кровля				
Работы				
Монтаж балок перекрытия м2	м2	99,5	250	24875
Монтаж балок перекрытия чердака м2	м2	44,2	250	11050
Монтаж ходового настила м2	м2	99,5	150	14925

Таблица А.1- Смета на строительство двухэтажного деревянного дома

	Длина	Ширина	Высота	h крыши
Установочные данные дома, в м	10	7	4	1,5
Наименование работ с учетом стоимости материалов	Ед.изм.	Кол-во	Цена материала	Ст-ть материала
ГВЛ	м2	5,8	172,41	5 000,00
Базальтовый утеплитель	м2	1	517,24	15 000,00
Кирпич	Шт	1	206,90	6 000,00
Печная дверь, смотровой люк	Шт	1		45 000,00
Итоо по материалам				34 560,00
ИТОГО по смете на камин				88 860,00
Окна				
Материалы				
Окно стеклопакет 1000мм x 1300мм	Шт	7	4066	28462
Подоконник 30см.	шт.	7	293	2051
Откосы 8-20см	шт.	7	405	2835
Москитная сетка	Руб	7	195	1137,5
Итого по материалам				34485,5
Материалы				
Установка		7	1800	18900
Итого по работам				18900
ИТОГО по смете на окна				53385,5
Электромонтажные работы				37000
Электромонтажные материалы				28690
Итого по по смете на электрику				65690
Сантехнические работы				37800
Сантехнические материалы				12000
Итого по смете на сантехнику				41500
Отделочные работы				43000
Отделочные материалы				78960
Итого по смете на отделку				121960
ИТОГО ПО СМЕТЕ МАТЕРИАЛОВ				550 937,50
ИТОГО ПО СМЕТЕ РАБОТ				478570,00
ИТОГО ПО СМЕТЕ				1 029 507,50

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Смета на комплектацию помещений

Таблица Б.1 - Смета на комплектацию помещений

№	Наименование технических средств	Срок поставки, дн.	Цена за ед., руб.	Кол-во, ед.	Стоимость оборудования, руб.
1	Кассовый аппарат	1	13000	1	13000
2	Стиральная машина	1	12000	1	12000
3	Чайник – термос	1	1200	3	3600
4	Электроплита	1	7500	3	22500
5	СВЧ – печь	1	2500	3	7500
6	Холодильник	1	15000	3	45000
7	Лыжный комплект	1	5000	10	50000
8	Лодка резиновая	1	12000	10	120000
9	Спасательные жилеты	1	650	20	13000
10	Кровать с матрасом	1	7600	18	136800
11	Кровать с матрасом	1	5500	6	33000
12	Диван	1	6000	8	48000
13	Стол	1	2000	5	10000
14	Стул	1	800	25	20000
15	Вешалка	1	700	4	2800
16	Тумбочка	1	1500	24	36000
17	Люстра	1	800	14	11200
18	Жалюзи	1	700	21	14700
19	Покрывало	1	500	24	12000
20	Постельное белье	1	450	48	21600
21	Палас	1	1000	3	3000
22	Кухонный гарнитур	1	24000	3	72000
23	Комплект посуды и столовых приборов	1	2500	3	7500
29	Полотенце	1	300	48	14400
30	Зеркало	1	550	4	2200
31	Ковш	1	450	3	1350
32	Бойлер	1	2000	4	8000
33	Набор столяра	1	4000	1	4000
34	Инвентарь для уборки	1	1200	1	1200
35	Батареи	1	6000	25	150000
Итого					924350
Затраты на доставку					28000
Общая сумма					952350

ПРИЛОЖЕНИЕ В

План производства и затрат

Таблица В.1 – Штатное расписание

№	Должность	Количество штат. единиц	Месячный фонд оплаты труда на единицу, руб.	Месячный фонд оплаты труда на все единицы, руб.
1	Управляющий	1	18000	18000
2	Экскурсовод по окрестностям	2	15000	30000
3	Экскурсовод интерактивных экскурсий	2	12000	24000
3	Инструктор по верховой езде	1	15000	15000
4	Лодочник	1	12000	12000
5	Повар	1	15000	15000
Итого				114000

Таблица В.2 - Амортизационные отчисления

Основные материалы	Первоначальная стоимость, руб.	СПИ, лет	Годовая норма амортизации, %	Ежегодная сумма амортизации, руб.	Ежемесячная сумма отчислений, руб.
Деревянные постройки	3937433	70	2	56249	4687
Кассовый аппарат	13000	7	14	1857	155
Стиральная машина	12000	7	14	1714	143
Чайники – термосы	3600	2	50	1800	150
Электроплиты	22500	12	8	1875	156
СВЧ – печи	7500	7	14	1071	89
Холодильники	45000	10	10	4500	375
Велосипед	9000	8	13	1125	94
Лыжный комплект	5000	8	13	625	52
Лодка резиновая	12000	10	7	1200	100
Спасательные жилеты	650	20	7	33	3
Кровать с матрасом	7600	15	7	507	42
Кровать с матрасом	5500	15	7	367	31
Диван	6000	10	10	600	50
Стол	2000	20	5	100	8
Стул	800	8	13	100	8
Вешалка	700	20	5	35	3
Тумбочка	1500	20	5	75	6
Люстра	800	10	10	80	7
Жалюзи	700	10	10	70	6
Покрывало	500	3	33	167	14
Постельное белье	450	1	100	450	38
Палас	1000	10	10	100	8
Кухонный гарнитур	24000	20	5	1200	100
Комплект посуды и столовых приборов	2500	10	10	250	21
Полотенце	300	1	100	300	25
Зеркало	550	20	5	28	2
Душевая кабинка	8400	14	7	600	50
Унитаз	2700	20	5	135	11
Раковина	1600	20	5	80	7
Смеситель	2800	3	33	933	78

Окончание таблицы В.2

Основные материалы	Первоначальная стоимость, руб.	СПИ, лет	Годовая норма амортизации, %	Ежегодная сумма амортизации, руб.	Ежемесячная сумма отчислений, руб.
Ковш	450	7	14	64	5
Бойлер	2000	15	13	133	11
Набор столяра	4000	20	4	200	17
Инвентарь для уборки	1200	5	5	240	20
Камин	45000	70	4	643	54
Батареи	6000	20	7	300	25
ИТОГО				79806	6650

Таблица В.3 – Затраты

Статьи затрат	Сумма затрат в месяц			
	В 1 год	Во 2 год	В 3 год	В 4 год
Оплата труда рабочих	114000	136800	177840	195624
Социальные отчисления	3420	4104	5335,2	5869
Амортизация о.с.	6650	6650	6650	6650
Расходы на рекламу	7000	4000	3000	3000
Операционные расходы	3000	4200	5880	8232
Налог на имущество в год	4922	4851	4781	4711
Итого		160606	203487	224086

Таблица В.4 – Инвестиции

Переменные затраты	Сумма
Разработка проекта	123500
Подготовительные работы	170300
Затраты на строительство	4027033
Затраты на обустройство помещений	1199650
Обучение персонала	94000
Ввод в эксплуатацию	135500
ИТОГО	5755583

Таблица В.5 – Ценообразование

		Себестоимость	Цена
Инвестиции	5755583		
Затраты в 1 год	138992	900	1210
Затраты во 2 год	160606	910	1220
Затраты в 3 год	203487	930	1240
Затраты в 4 год	224086	940	1250
Число загруженных дней в год	162		
Максимальная загруженность, чел.	30		
60% загруженность	18		
Койко-суток в год	2916		

Таблица В.6 – Стоимость услуг

Услуга	Цена
Аренда дома	7000
Аренда койко-места	500
Аренда бани	300
Конные прогулки	200
Лодочные прогулки	300
Экскурсия по окрестностям	200
Интерактивная экскурсия по личным хозяйствам местного населения	200
Прокат велосипеда	150
Сплавы по Мане	800
Прокат лыж	150
Питание	200

Таблица В.7 – План продаж

Показатель	2017					2018				2019				2020			
	3 квартал		4 квартал			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	авг уст	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	квартал	квартал	квартал	квартал	квартал	квартал	квартал	квартал	квартал	квартал	квартал	квартал
кол-во загруженных дней	7	6	6	10	10	34	46	54	28	34	46	54	28	34	46	54	34
число койко-суток	126	108	108	180	180	612	828	972	504	612	828	972	504	612	828	972	612
выручка	207 900	1782 00	178 200	297 000	297 000	1009 800	1366 200	1603 800	831 600	1009 800	1366 200	1603 800	831 600	1009 800	1366 200	1603 800	1009 800

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
Отчет о стоимости

Название	Янв 2016 Стоимость	Фев 2016 Стоимость	Март 2016 Стоимость	Апр 2016 Стоимость	Май 2016 Стоимость	Июн 2016 Стоимость	Июл 2016 Стоимость	Авг 2016 Стоимость	Сент 2016 Стоимость	Окт 2016 Стоимость	Ноя 2016 Стоимость	Дек 2016 Стоимость	Янв 2017 Стоимость	Фев 2017 Стоимость	Март 2017 Стоимость	Апр 2017 Стоимость	Май 2017 Стоимость	Июн 2017 Стоимость	Июл 2017 Стоимость
Инвестиционный этап	351 208.33	770 077.89	977 855.67	1 371 318.95	1 711 358.55	2 311 363.95	2 768 305.67	3 176 165.00	3 626 551.41	4 212 273.57	4 444 635.00								
Подготовка площадки под строительство	351 208.33	770 077.89	977 855.67	1 371 318.95	1 711 358.55	2 311 363.95	2 768 305.67	3 176 165.00	3 626 551.41	4 212 273.57	4 444 635.00								
расчистка территории и поведение подъездной дороги	28 000.00	28 000.00	28 000.00	28 000.00	28 000.00	28 000.00	28 000.00	28 000.00	28 000.00	28 000.00	28 000.00								
подведение электричества	7 300.00	7 300.00	7 300.00	7 300.00	7 300.00	7 300.00	7 300.00	7 300.00	7 300.00	7 300.00	7 300.00								
подведение водоснабжения	135 000.00	135 000.00	135 000.00	135 000.00	135 000.00	135 000.00	135 000.00	135 000.00	135 000.00	135 000.00	135 000.00								
Проведение СМР	180 908.33	599 777.89	807 555.67	1 201 018.95	1 541 058.55	2 141 063.95	2 598 005.67	3 005 865.00	3 456 251.41	4 041 973.57	4 274 335.00								
заложение фундамента дом 1	108 545.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00								
заложение фундамента дом 2	65 127.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00								
заложение фундамента дом 3	7 236.33	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00	151 963.00								
заложение фундамента баня		85 555.56	110 000.00	110 000.00	110 000.00	110 000.00	110 000.00	110 000.00	110 000.00	110 000.00	110 000.00								
сборка сруба дом 1		58 333.33	241 666.67	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00								
строительство кровли дом 1				168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00								
укладка полов дом 1				79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00								
монтаж камина и отопления дом 1				95 614.29	133 860.00	133 860.00	133 860.00	133 860.00	133 860.00	133 860.00	133 860.00								
монтаж окон 1					53 386.00	53 386.00	53 386.00	53 386.00	53 386.00	53 386.00	53 386.00								
электромонтажные работы дом 1					47 774.55	65 690.00	65 690.00	65 690.00	65 690.00	65 690.00	65 690.00								
сантехнические работы дом 1					67 300.00	67 300.00	67 300.00	67 300.00	67 300.00	67 300.00	67 300.00								
отделочные работы дом 1						121 960.00	121 960.00	121 960.00	121 960.00	121 960.00	121 960.00								

Рисунок 1 – Отчет о стоимости подготовительных и строительно-монтажных работ, лист 1

сборка сруба дом 2				41 666.67	175 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00
строительство кровель дом 2						168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00
укладка полов дом 2						79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00
монтаж камина и отопления дом 2						95 614.29	133 860.00	133 860.00	133 860.00	133 860.00	133 860.00
монтаж окон дом 2							53 386.00	53 386.00	53 386.00	53 386.00	53 386.00
электромонтажные работы дом 2							65 690.00	65 690.00	65 690.00	65 690.00	65 690.00
сантехнические работы дом 2							67 300.00	67 300.00	67 300.00	67 300.00	67 300.00
отделочные работы дом 2							40 653.33	121 960.00	121 960.00	121 960.00	121 960.00
сборка сруба дом 3						41 666.67	233 333.33	250 000.00	250 000.00	250 000.00	250 000.00
строительство кровли дом 3								168 049.00	168 049.00	168 049.00	168 049.00
заложение полов дом 3								79 800.00	79 800.00	79 800.00	79 800.00
монтаж камина и отопления дом 3								44 620.00	133 860.00	133 860.00	133 860.00
монтаж окон дом 3									53 386.00	53 386.00	53 386.00
электромонтажные работы дом 3									59 718.18	65 690.00	65 690.00
сантехнические работы дом 3									51 769.23	67 300.00	67 300.00
отделочные работы дом 3										121 960.00	121 960.00
сборка сруба баня								17 417.00	174 170.00	174 170.00	174 170.00
строительство кровли баня									39 520.00	138 320.00	138 320.00
заложение полов баня										110 338.00	110 338.00
монтаж камина и отопления баня										133 900.00	133 900.00
монтаж окон баня										32 143.00	32 143.00
электромонтажные работы баня										28 828.57	50 450.00
сантехнические работы баня										38 250.00	76 500.00
отделочные работы баня											82 890.00
Благоустройство											89 600.00

Рисунок 1, лист 2